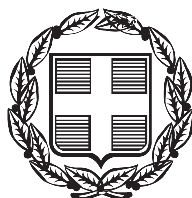


ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ **Αρ. Φύλλου 2682**

11 Δεκεμβρίου 2015

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφασης* 590/2014

Λήψη απόφασης επί της αυτεπάγγελτης έρευνας στην αγορά ζύθου για διαπίστωση τυχόν παράβασης του άρθρου 2 Ν. 703/1977, νυν άρθρου 2 Ν. 3959/2011 καθώς και του άρθρου 82 ΣΕΚ, νυν άρθρου 102 ΣΛΕΕ και επί της υπ' αριθμ. πρωτ. 8461/29.12.2006 καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε. για παράβαση του άρθρου 2 Ν. 703/1977.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτηρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 20η Μαρτίου 2014, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:00, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης
Αντιπρόεδρος: Δημήτριος Λουκάς
Μέλη: Βικτωρία Μερτικοπούλου,
Φραγκίσκος Αρμάος,
Νικόλαος Νικολαΐδης,
Δημήτριος Δανηλάτος,
Ιωάννης Αυγερινός
Γραμματέας: Παρασκευή Α. Ζαχαριά

Το τακτικό μέλος/Εισηγήτρια, Λευκοθέα Ντέκα δεν συμμετείχε στη συζήτηση της υπόθεσης, λόγω της υποβληθείσας δήλωσης αποχής και της αποδοχής αυτής από την Ολομέλεια της Επιτροπής.

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της αυτεπάγγελτης έρευνας στην αγορά ζύθου για διαπίστωση τυχόν παράβασης του άρθρου 2 Ν. 703/1977, νυν άρθρου 2 Ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 82 ΣΕΚ, νυν άρθρου 102 ΣΛΕΕ και επί της υπ' αριθμ. πρωτ. 8461/29.12.2006 καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε. κατά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. για παράβαση του άρθρου 2 Ν. 703/1977

Η ως άνω συνεδρίαση ορίσθηκε μετά από αίτημα αναβολής της αρχικώς προγραμματισμένης για την 20η Φεβρουαρίου 2014 συνεδρίασης, το οποίο υπέβαλε η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και έγινε αποδεκτό από την Ολομέλεια της ΕΑ κατά την 6η/22.1.2014 Συνεδρίαση.

Κατά τη συζήτηση της υπόθεσης τα νομίμως κλητευθέντα ενδιαφερόμενα μέρη παραστάθηκαν ως εξής: α) η καταγγελλόμενη εταιρία με την επωνυμία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», με τους νόμιμους εκπρόσωπούς της Ζωούλλη Μηνά, Διευθύνοντα Σύμβουλο, Βασίλειο Κουτσομύτη, Διευθυντή Πωλήσεων και Κωνσταντίνο Βαλκανά, Διευθυντή Πωλήσεων και μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Επαμεινώνδα Λαμπαδάριου, Κωνσταντίνου Λαμπαδάριου, Ιωάννη Σταυρόπουλου και Ευανθίας Τσίρη και β) η καταγγέλλουσα εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» με το νόμιμο εκπρόσωπό της

* Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 28 παρ.7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54/Β΄/16.1.2013), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκε ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

Αλέξανδρο - Ευμένιο Καραφυλλίδη, Διευθύνοντα Σύμβουλο και μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Ιωάννη Δρυλλεράκη, Βασίλειου Κωνσταντινίδη και Εμμανουήλ Δρυλλεράκη.

Στην υπό κρίση υπόθεση κατατέθηκε, βάσει των παρ. 2 και 3 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ Β΄ 54/16.1.2013), το υπ’ αριθ. πρωτ. οικ. 1808/26.2.2014 υπόμνημα της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» υπό την ιδιότητα τρίτου, το οποίο ανέπτυξε προφορικά ο πληρεξούσιος δικηγόρος της, Γρηγόριος Πελεκάνος, ο οποίος παραστάθηκε με το νόμιμο εκπρόσωπο, Δημήτριο Πολιτόπουλο, Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρίας, και ζήτησε να εξετασθεί ως μάρτυρας ο […] της εταιρίας αυτής.

Κατά την ακροαματική διαδικασία προς υποστήριξη των ισχυρισμών των μερών προσήλθαν προκειμένου να εξετασθούν ενόρκως ως μάρτυρες για λογαριασμό: α) της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», […], […], και […], Οικονομολόγος, ως τεχνικός σύμβουλος, και β) της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» […], […], Χονδρέμπορος, και […], Οικονομολόγος-Καθηγητής, ως τεχνικός σύμβουλος.

Στην αρχή της συζήτησης ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στην Εισηγήτρια, Βικτωρία Μερτικοπούλου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά την υπ’ αριθ. 2192/14.3.2014 εισήγησή της επί των προτεινομένων δεσμεύσεων από την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», σχετικά με τις αναφερόμενες στην υπ’ αριθ. πρωτ. οικ. 9704/11.12.2013 Έκθεση πρακτικές αυτής, και πρότεινε, για τους λόγους που αναλυτικά αναφέρονται στην σχετική εισήγηση ειδικότερα, την απόρριψη της πρότασης ανάληψης δεσμεύσεων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

Κατόπιν, ο λόγος δόθηκε στους πληρεξούσιους δικηγόρους της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι συντάχθηκαν με την Εισήγηση της Βικτωρίας Μερτικοπούλου και ζήτησαν –για τους λόγους που αναλυτικά ανέπτυξαν προφορικώς και εγγράφως με το υπόμνημά τους– την απόρριψη των προτεινομένων από την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» δεσμεύσεων.

Στη συνέχεια, ο λόγος δόθηκε στους πληρεξούσιους δικηγόρους της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι ανέπτυξαν περαιτέρω το ζήτημα της ανάληψης δεσμεύσεων και τις δεσμεύσεις που προτείνουν να αναλάβουν και κατέθεσαν στη διαδικασία αναθεωρημένο κείμενο με προτεινόμενες δεσμεύσεις -το οποίο διανεμήθηκε και στην εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» στη μη απόρρητη εκδοχή του- τις οποίες ζήτησαν να εξετασθούν και να γίνουν αποδεκτες από την Επιτροπή.

Ακολούθως, η Επιτροπή προχώρησε σε διακοπή της συνεδρίασης, προκειμένου τα μέλη της να μελετήσουν το αναθεωρημένο κείμενο των δεσμεύσεων. Με την επάνοδο στην αίθουσα, των μερών και των υπαλλήλων της Γ.Δ.Α., ο λόγος δόθηκε στην Εισηγήτρια, η οποία εισηγήθηκε εκ νέου την απόρριψη των δεσμεύσεων, όπως αναθεωρήθηκαν. Και τούτο για τους ακόλουθους ιδίως λόγους, τους οποίους προφορικά ανέπτυξε: Οι αναθεωρημένες δεσμεύσεις συνιστούν κατ’ αρχάς, εν πολλοίς, απλώς συμμόρφωση με το νόμο, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικές εξαιρέσεις, δεν αντιμετωπίζουν τα ζητήματα που συναρτώνται με την πιστωτική πολιτική και πολλές άλλες εντοπισθείσες ως καταχρηστικές συμπεριφορές, οι οποίες κατά την εισήγηση έχουν ήδη επιφέρει ζημία. Ιδίως όμως, οι εντοπισθείσες πρακτικές της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» ενέχουν σοβαρότατους περιορισμούς του ανταγωνισμού (παγίως αναγνωρισθείσες, μακροχρόνιες, σοβαρές περιπτώσεις κατάχρησης) και για το λόγο αυτό χρειάζεται να υπάρξει αποτρεπτικός χαρακτήρας της απόφασης. Απαιτείται, επομένως,

απόφαση απαγόρευσης με επιβολή προστίμου και συμπεριφορικά μέτρα, η οποία θα είχε τον απαραίτητο επανορθωτικό αλλά και τον απαραίτητο αποτρεπτικό χαρακτήρα προκειμένου να διασφαλισθεί η μη επανάληψη αυτών των πρακτικών.

Κατόπιν ο λόγος δόθηκε στους πληρεξουσίους δικηγόρους της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι αναφέρθηκαν στην εισήγηση και στη συνέχεια στους πληρεξουσίους δικηγόρους της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι ζήτησαν εκ νέου την αποδοχή από την Επιτροπή του αιτήματός της. Ακολούθησε διαλογική συζήτηση και τα μέλη απηύθυναν ερωτήσεις στους πληρεξουσίους δικηγόρους της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι παρείχαν διευκρινίσεις.

Ακολούθως, τα μέρη και οι υπάλληλοι της Γ.Δ.Α. αποχώρησαν από την αίθουσα και η Επιτροπή προχώρησε σε μυστική διάσκεψη για να λάβει απόφαση επί των προτεινομένων δεσμεύσεων.

Η Επιτροπή, αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου, την Εισήγηση, τις απόψεις που διατύπωσαν εγγράφως με τα σχετικά υπομνήματά τους και προφορικά ενώπιόν της οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των μερών, μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αποφάσισε ομοφώνως, και ο Πρόεδρος, με την επάνοδο των μερών και των υπαλλήλων της Γ.Δ.Α. στην αίθουσα, ανακοίνωσε την απόρριψη των ως άνω προτεινόμενων δεσμεύσεων, υπό όλες τις εκδοχές τους, διότι οι αποδιδόμενες παραβάσεις έχουν εν προκειμένω ιδιαίτερη σοβαρότητα και ανάγονται στο σκληρό πυρήνα του δικαίου του ανταγωνισμού και των σκοπών που ικανοποιούνται με τις διατάξεις του. Ειδικότερα, φέρεται ότι αφορούν πολλαπλές πρακτικές από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση, οι οποίες έλαβαν ποικίλες μορφές, διήρκησαν πολλά έτη, κατέλαβαν περισσότερα επίπεδα του εμπορίου και εφαρμόστηκαν στις σχέσεις της καταγγελλόμενης με διαφορετικές κατηγορίες πελατών της, είχαν πολύ σοβαρό χαρακτήρα και σύνθετη φύση, και εξ αυτών προέκυπταν ενδεχόμενα σοβαρά επιζήμια αποτελέσματα στον ανταγωνισμό και τη δομή της αγοράς, ενώ δεν συντρέχει υπέρτερος λόγος αποτελεσματικότητας για τον τερματισμό της διαδικασίας από μέρους της Επιτροπής. Επομένως, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, οι αποδιδόμενες στην καταγγελλόμενη παραβάσεις πρέπει να τύχουν περαιτέρω εξέτασης κατά τη συνήθη διαδικασία, και, εφόσον διαπιστωθεί παράβαση, να επιβληθούν οι δέουσες κυρώσεις, ώστε να διασφαλιστεί ο αποτρεπτικός χαρακτήρας των κανόνων του ανταγωνισμού. Η Επιτροπή δεν υποχρεούται στην αποδοχή δεσμεύσεων που προτείνουν οι επιχειρήσεις αλλά προβαίνει στην αποδοχή τους μόνο όταν κρίνει ότι αυτό αρμόζει ενόψει όλων των περιστάσεων, λαμβάνοντας υπόψη την αρχή της πρόληψης και την επανορθωτική αρχή και σταθμίζοντας την προκύπτουσα από τις δεσμεύσεις ωφέλεια, προκειμένου να επιλεγεί η πλέον κατάλληλη από άποψη δημοσίου συμφέροντος συνέπεια στο πλαίσιο της αποκατάστασης των συνθηκών αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά. Υπενθυμίζεται, παρεμπιπτόντως, σε σχέση με συναφές επιχείρημα που εμμέσως προβλήθηκε από την καταγγελλόμενη, ότι, σύμφωνα με το νόμο και τη νομολογία, η Επιτροπή Ανταγωνισμού χαίρει ευρείας διακριτικής ευχέρειας να αποφασίσει επί της αποδοχής ή μη των δεσμεύσεων που προτείνουν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, ενώ η αποδοχή δεσμεύσεων από την Επιτροπή Ανταγωνισμού σε συγκεκριμένη υπόθεση δεν την δεσμεύει σε σχέση με υπάρχουσες ή μελλοντικές διαδικασίες ή υποθέσεις και δεν δημιουργεί οποιοδήποτε δικαίωμα ή εύλογη προσδοκία για την επίλυση

υφιστάμενων ή μελλοντικών υποθέσεων ή διαδικασιών με την αποδοχή δεσμεύσεων[1].

Εν συνεχεία, εισήλθαν στην αίθουσα συνεδριάσεων για την εξέταση του αιτήματος συμμετοχής στη διαδικασία με την ιδιότητα του τρίτου της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.», ο νόμιμος εκπρόσωπός της μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της, ο οποίος έκανε αναφορά στο κατατεθέν βάσει της παρ. 2 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού υπόμνημά της και ζήτησε να παρασταθεί στη συζήτηση, να προτείνει και να εξετάσει μάρτυρες, να παραλάβει τα πρακτικά της διαδικασίας και να υποβάλει υπόμνημα, αφού έχει λάβει γνώση των μη εμπιστευτικών υπομνημάτων των μερών κατ' άρθρο 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Στη συνέχεια το λόγο επί του αιτήματος έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», οι οποίοι αναφέρθηκαν στην κρίση της Επιτροπής. Κατόπιν, το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» οι οποίοι ζήτησαν από την Επιτροπή να απορρίψει το αίτημα της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» για λόγους έλλειψης ειδικού εννόμου συμφέροντος και νομοθετικής εξουσιοδότησης για τη διάταξη του κανονισμού σε σχέση με τη συμμετοχή ενός τρίτου στη διαδικασία και για λόγους διασφάλισης του απορρήτου κατά την προφορική διαδικασία και οι οποίοι, επίσης, ανέφεραν ότι το υπόμνημα της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» περιλαμβάνει ακριβώς τα ίδια περιστατικά, τα οποία έχουν συμπεριληφθεί στην υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 9704/11.12.2013 Έκθεση και θεωρούν ότι θα έχουν αξιολογηθεί. Κατόπιν, το λόγο έλαβε η Εισηγήτρια, Βικτωρία Μερτικοπούλου, η οποία πρότεινε τη μερική συμμετοχή της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» στην προφορική ακρόαση με την υποβολή ερωτημάτων στα μέρη και την παραλαβή των πρακτικών της διαδικασίας μόνο καθ' ὅ μέρος πλήρως την αφορά, ώστε να μπορέσει να υποβάλει συμπληρωματικό υπόμνημα.

Ακολούθως, τα μέρη και οι υπάλληλοι της Γ.Δ.Α. αποχώρησαν από την αίθουσα και η Επιτροπή προχώρησε σε μυστική διάσκεψη για να λάβει απόφαση επί του ζητήματος. Η Επιτροπή, αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου, την εισήγηση, τις απόψεις που διατύπωσαν εγγράφως με τα σχετικά υπομνήματά τους και προφορικά ενώπιόν της οι πληρεξούσιοι δικηγόροι και το ισχύον νομικό πλαίσιο, και μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αποφάσισε ομόφωνως, και ο Πρόεδρος, με την επάνοδο στην αίθουσα, των μερών και των υπαλλήλων της Γ.Δ.Α., ανακοίνωσε ότι η εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» θεμελιώνει έννομο συμφέρον βάσει της παραγράφου 4 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού περί ακρόασης τρίτων, θεωρεί ότι η παρουσία της μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της θα συμβάλει στη διακρίβωση της αλήθειας στην υπό κρίση υπόθεση, και, σταθμίζοντας τις συνθήκες της παρούσας περίστασης, επιτρέπει τη μερική συμμετοχή της στη διαδικασία. Συγκεκριμένα επιτρέπει την παρουσία της μόνο κατά το σημείο που αφορά το μέρος της εισήγησης, το οποίο αναφέρεται στην εν λόγω εταιρία ως υποστάσα βλάβη από τις ενέργειες της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και με την εξέταση του προτεινόμενου από αυτήν μάρτυρος και την εξέταση επί των δεδομένων των συγκεκριμένων αιτιάσεων της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

[1] Άρθρο 25 παρ. 6 ν. 3959/2011. Βλ. επίσης ECN Recommendation on Commitment Procedures, παρ. I.4.

ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» για την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και στη συνέχεια θα αποχωρήσει από τη διαδικασία, αφού αναπτύξει τις απόψεις της, κατά τα προβλεπόμενα στην παράγραφο 5 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Και αυτό μόνο το τμήμα θα αφορά η δυνατότητα πρόσβασης της «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» στα πρακτικά και στις προτάσεις των διαδίκων μερών, στο μέρος μόνο που αυτά αναφέρονται σε ό,τι αφορά στην εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» κατά τα ανωτέρω.

Εν συνεχεία, η Επιτροπή προχώρησε στην κατ΄ ουσία εξέταση της υπό κρίση υπόθεσης και ο λόγος δόθηκε στην αρμόδια Εισηγήτρια, Βικτωρία Μερτικοπούλου, η οποία ανέπτυξε συνοπτικά την υπ΄ αριθ. πρωτ. οικ. 9704/11.12.2013 Έκθεσή της παρουσία όλων των μερών και του τρίτου. Στη διάρκεια της συνοπτικής ανάπτυξης, για λόγους διασφάλισης των απόρρητων και εμπιστευτικών στοιχείων που περιείχε η Έκθεση, αποχώρησαν από την αίθουσα συνεδριάσεων αρχικά, η εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» και στη συνέχεια η εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», η οποία επανακλήθηκε στην αίθουσα συνεδριάσεων όταν εξέλιπαν οι σχετικοί λόγοι. Η Εισηγήτρια, για τους λόγους που αναλυτικά περιέχονται στην Έκθεσή της, πρότεινε:

i. Να διαπιστωθούν οι παραβάσεις των άρθρων 2 ν. 703/1977 - 2 ν. 3959/2011, και των άρθρων 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ από την εταιρία Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

ii. Να υποχρεωθεί η καθ' ης εταιρία Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. να παύσει αμέσως και να παραλείπει στο μέλλον τις διαπιστούμενες παραβάσεις, τροποποιώντας αντιστοίχως τις σχετικές συμβάσεις, όπου δει.

iii. Να απειληθεί η καθ' ης εταιρία με πρόστιμο και χρηματική ποινή, εάν με απόφαση της Επιτροπής βεβαιωθεί η συνέχιση ή η επανάληψη των παραβάσεων.

iv. Να επιβληθεί πρόστιμο στην καθ' ης εταιρία η οποία έχει υποπέσει σε παραβάσεις των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ, υπολογιζόμενο επί των ετησίων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης για κάθε έτος της παράβασης αθροιστικά (Σεπτέμβριος 1998 – σήμερα), λαμβάνοντας υπόψη τα στοιχεία που παρατίθενται στην παρούσα εισήγηση αναφορικά με τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης.

v. Να υποχρεωθεί η καθ' ης εταιρία να αναγράφει επί όλων των συμφωνιών και όλων των τιμολογίων πώλησής της ότι οι πελάτες της είναι ελεύθεροι να αγοράζουν, να πωλούν και με οποιοδήποτε τρόπο να διαθέτουν ανταγωνιστικά προϊόντα σε είδος και ποσότητα της επιλογής τους.

vi. Να υποχρεωθεί η καθ' ης εταιρία να προσδιορίζει, σε όλες τις συμφωνίες με τους πελάτες της με τις οποίες προβαίνει σε οποιασδήποτε φύσης παροχή με αντάλλαγμα την παροχή από τον πελάτη μίας υπηρεσίας (π.χ. πραγματοποίηση προωθητικών ενεργειών), συγκεκριμένα και με σαφήνεια τόσο την παροχή της δεσπόζουσας εταιρίας όσο και την υπηρεσία του πελάτη για την οποία συνιστά το αντάλλαγμα.

vii. Να υποχρεωθεί η καθ' ης εταιρία να αναρτήσει και να διατηρήσει σε εμφανές σημείο στην ιστοσελίδα της αντίγραφο της απόφασης της Επιτροπής.

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 21.3.2014, ημέρα Παρασκευή και ώρα 9:30 με τη συμμετοχή των μερών και, υπό την ιδιότητα τρίτου, της εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.», η οποία παρέστη μόνο κατά τη διάρκεια της συνοπτικής ανάγνωσης της υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 9704/11.12.2013

Έκθεσης της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου καθ' ο μέρος την αφορούσε και της ένορκης εξέτασης του προτεινόμενου από μέρους της μάρτυρα, […], ο οποίος ανέπτυξε τις θέσεις του.

Κατά την ανωτέρω συνεδρίαση, μετά την εκ νέου συνοπτική ανάπτυξη της Έκθεσης της Εισηγήτριας κατά το μέρος που αφορούσε στην υπό την ιδιότητα τρίτου εταιρία και μετά την αποχώρησή της από την αίθουσα συνεδριάσεων, οι πληρεξούσιοι δικηγόροι της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» έλαβαν το λόγο προκειμένου να αναπτύξουν τις προβαλλόμενες ενστάσεις τους. Συγκεκριμένα, προέβαλαν και ανέπτυξαν ενστάσεις αναφορικά με την παραγραφή των εικαζόμενων/αποδιδόμενων παραβάσεων, με την απώλεια/έλλειψη της κατά χρόνον αρμοδιότητος και με την προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας. Ακολούθησε διαλογική συζήτηση και η Επιτροπή επιφυλάχθηκε να αποφασίσει μετά το πέρας της αποδεικτικής διαδικασίας.

Στη συνέχεια, ακολούθησε προκαταρκτική τοποθέτηση των νομίμων εκπροσώπων των εταιριών «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και ολοκληρώθηκε η εξέταση του μάρτυρα […] και η τοποθέτηση του νομίμου εκπροσώπου της υπό την ιδιότητα τρίτου εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.». Πρίν τη λήξη της συνεδρίασης, η εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.», διά του πληρεξουσίου δικηγόρου της, παραιτήθηκε του δικαιώματος εξέτασης και αντεξέτασης των μαρτύρων των διαδίκων και περιορίστηκε στη διατύπωση των απόψεών της στο τέλος της διαδικασίας πριν τις τελικές αγορεύσεις των μερών.

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 24.3.2014, ημέρα Δευτέρα και ώρα 9:30 (για την εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» παρέστη ο νόμιμος εκπρόσωπός της […]), κατά την οποία η Επιτροπή σε μυστική διάσκεψη και μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αποφάσισε ομοφώνως να ζητήσει από την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» στο πλαίσιο του άρθρου 22 παρ. 6 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. την προσκόμιση στοιχείων επί συγκεκριμένων θεμάτων και παράλληλα εξουσιοδότησε τον Πρόεδρο να ορίζει τις προθεσμίες κατάθεσης των στοιχείων. Η εταιρία προσκόμισε τα ζητούμενα στοιχεία εντός της ορισθείσας προθεσμίας, ήτοι την 28.3.2014. Κατόπιν, ολοκληρώθηκε η εξέταση της μάρτυρος της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», […] και ξεκίνησε η εξέταση του έτερου μάρτυρα της ιδίας εταιρίας […].

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 31.3.2014, ημέρα Δευτέρα και ώρα 9:30 (για την εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» παραστάθηκαν οι νόμιμοι εκπρόσωποί της […] και […]) κατά την οποία ολοκληρώθηκε η εξέταση του μάρτυρα της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», […] και η εξέταση των μαρτύρων της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» […] και […].

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 1.4.2014, ημέρα Τρίτη και ώρα 10:00 (για την εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» παραστάθηκε ο νόμιμος εκπρόσωπός της […]). Στη συνεδρίαση προς επίρρωση των ισχυρισμών της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» προσήλθε και εξετάσθηκε ενόρκως ως μάρτυρας ο […], Τεχνικός Σύμβουλος, ο οποίος αγνοεί την ελληνική γλώσσα και κατέθεσε στην αγγλική.

Ο Πρόεδρος διόρισε τους προτεινόμενους από την εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» διερμηνείς

[…] και […], οι οποίοι ορκίστηκαν ότι θα ασκήσουν το καθήκον τους πιστά και θα αποδώσουν με ακρίβεια, με μεταφορά από Αγγλικά σε Ελληνικά και αντίστροφα, τα όσα διαμειφθούν στη διαδικασία.

Μετά την ολοκλήρωση της εξέτασης του Τεχνικού Συμβούλου της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», η Επιτροπή σε μυστική διάσκεψη και μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αποφάσισε ομοφώνως α) να κλητεύσει κατά το άρθρο 23 παρ. 1 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, το […], νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρίας με την επωνυμία «[…]» καθώς έκρινε ότι η συμμετοχή του συμβάλλει στην εξέταση της υπόθεσης και β) να ζητήσει από την εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» στο πλαίσιο του άρθρου 22 παρ. 6 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. την προσκόμιση στοιχείων επί συγκεκριμένων θεμάτων ενώ παράλληλα εξουσιοδότησε τον Πρόεδρο να ορίζει τις προθεσμίες κατάθεσης των στοιχείων. Η εταιρία προσκόμισε τα ζητούμενα στοιχεία εντός των ορισθεισών προθεσμιών, ήτοι την 17.4.2014, και συμπληρωματικά στοιχεία την 28.4.2014, τα οποία, στη μη απόρρητη εκδοχή τους, κοινοποιήθηκαν στην εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», την 25.4.2014 και την 30.4.2014, αντίστοιχα.

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 14.4.2014 ημέρα Δευτέρα και ώρα 9:30. Στην αρχή της συζήτησης και πριν την είσοδο των μερών και των υπαλλήλων της Γ.Δ.Α. στην αίθουσα συνεδριάσεων, η Επιτροπή προχώρησε σε μυστική διάσκεψη για λήψη απόφασης επί των αιτημάτων που υπέβαλαν α) η εταιρία «Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης Α.Ε.» (αριθ. πρωτ. ημετ. 92/31.03.2014) και β) η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» (αριθ. πρωτ. 94/01.04.2014) για την άρση του απορρήτου στοιχείων των καταθέσεων των κκ. […] και […] κατά την από 24.03.2014 και 31.03.2014 ακροαματική διαδικασία ενώπιον της ΕΑ. Αρχικά, ο Πρόεδρος ανέγνωσε το αίτημα της εταιρίας «Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης Α.Ε.» και στη συνέχεια, η Επιτροπή μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αφού έλαβε υπόψη τη δήλωση της ως άνω εταιρίας διά του πληρεξουσίου δικηγόρου αυτής, Γρηγορίου Πελεκάνου κατά τη 16η συνεδρίασή της την 21.3.2014, ότι δηλαδή *«Η Μακεδονία-Θράκης παραιτείται του δικαιώματος εξέτασης και αντεξέτασης των μαρτύρων των διαδίκων»* και την αποδοχή από μέρους της να παραστεί κατά την τελευταία συνεδρίαση της συζήτησης μόνο ως προς τη διατύπωση των απόψεών της, ομοφώνως αποφάσισε να απορρίψει το αίτημά της περί συμμετοχής στις εξετάσεις των μαρτύρων των διαδίκων.

Στη συνέχεια, ο Πρόεδρος ανέγνωσε το αίτημα της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.». Κατόπιν, η Επιτροπή μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αφού έλαβε υπόψη το νομικό πλαίσιο που αναφέρεται στη διαχείριση απόρρητων επιχειρηματικών στοιχείων, καθώς και ότι μια ισχυρή επιχείρηση είναι, δυνητικά, σε θέση να ασκήσει οικονομική ή εμπορική πίεση στους ανταγωνιστές της ή στους εμπορικούς εταίρους της, και δη στους πελάτες της, και στην περίπτωση αυτή μπορεί να κρίνεται ότι δεν πρέπει να αποκαλυφθεί η ταυτότητά τους, μεταξύ άλλων για την αποτροπή φαινομένων αντιποίνων ή βλάβης των προσώπων αυτών, ομοφώνως αποφάσισε να μην αποκαλύψει τα ονόματα των τελικών σημείων και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που αναφέρθηκαν στις καταθέσεις των μαρτύρων […] και […] στις συνεδριάσεις της Ε.Α. την 24.3.2014 και την 31.3.2014.

Μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας διάσκεψης, με πρόσκληση του Προέδρου της Ε.Α. εισήλθαν στην αίθουσα τα μέρη και οι υπάλληλοι της Γ.Δ.Α. και ανακοινώθηκαν τα ανωτέρω σε σχέση με την άρση του

απορρήτου στοιχείων των καταθέσεων από τον Πρόεδρο ο οποίος, επίσης, ανακοίνωσε ότι θα δοθεί πρόσβαση στην εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» στη μη εμπιστευτική εκδοχή του ερωτηματολογίου που απηύθυνε η Επιτροπή, κατόπιν της από 01.04.2014 Απόφασής της κατά την 20η συνεδρίαση στην εταιρία «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» καθώς και στη μη εμπιστευτική εκδοχή των όποιων απαντήσεων, η προθεσμία κατάθεσης των οποίων έληγε την 17.4.2014.

Εν συνεχεία, προσήλθε και εξετάστηκε ενόρκως ο νομίμως κλητευθείς από την Επιτροπή Ανταγωνισμού κατά το άρθρο 23 παρ. 1 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισής της, […], νόμιμος εκπρόσωπος της εταιρίας με την επωνυμία «[…]» και ακολούθως ξεκίνησε η εξέταση του προτεινόμενου από την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» μάρτυρα, […], Οικονομολόγου - Τεχνικού Συμβούλου.

Η συζήτηση συνεχίστηκε την 15.04.2014, ημέρα Τρίτη και ώρα 9:30, οπότε ολοκληρώθηκε η κατάθεση του […], Τεχνικού Συμβούλου της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.». Στη συνεδρίαση συμμετείχε η υπό την ιδιότητα τρίτου εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» (για την εταιρία παραστάθηκε ο νόμιμος εκπρόσωπός της Δημήτριος Πολιτόπουλος, Διευθύνων Σύμβουλος μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της, Γρηγορίου Πελεκάνου). Κατά την είσοδό τους στην αίθουσα, ο Πρόεδρος ανακοίνωσε την από 14.4.2014 απόφαση της Επιτροπής επί του υπ' αριθ. πρωτ. ημετ. 92/31.3.2014 αιτήματος της εταιρίας. Στη συνέχεια, η εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» ανέπτυξε τις απόψεις της και ύστερα αποχώρησε.

Ακολούθησαν οι αγορεύσεις των πληρεξούσιων δικηγόρων της εταιρίας «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» και κατόπιν της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.». Μετά την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας, τα ενδιαφερόμενα μέρη ζήτησαν, και ο Πρόεδρος χορήγησε, προθεσμία πέντε (5) εργάσιμων ημερών από την παράδοση των απομαγνητοφωνημένων πρακτικών στα μέρη, προκειμένου αυτά να υποβάλουν τα συμπληρωματικά υπομνήματά τους. Κατόπιν, η Επιτροπή σε μυστική διάσκεψη και μετά από διαλογική συζήτηση με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία, αποφάσισε ομοφώνως να ζητήσει από την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» στο πλαίσιο του άρθρου 22 παρ. 6 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. την προσκόμιση στοιχείων επί συγκεκριμένων θεμάτων και παράλληλα εξουσιοδότησε τον Πρόεδρο να ορίζει τις προθεσμίες κατάθεσης των στοιχείων. Η εταιρία προσκόμισε τα ζητούμενα στοιχεία εντός της ορισθείσας προθεσμίας, ήτοι την 06.06.2014.

Τα απομαγνητοφωνημένα πρακτικά παραδόθηκαν από τη Γραμματεία της Επιτροπής στα μέρη και την υπό την ιδιότητα τρίτου εταιρία την 10.06.2014 και τα μέρη και η υπό την ιδιότητα τρίτου εταιρία κατέθεσαν τα τελικά υπομνήματά τους, εντός της προσδιορισθείσας αυτής προθεσμίας, ήτοι την 18.06.2014.

Στη συνέχεια η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη με την ίδια σύνθεση στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της, τη 17η Ιουλίου 2014 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 11:00), τη 18η Ιουλίου 2014 (ημέρα Παρασκευή και ώρα 17:00) και τη 19η Σεπτεμβρίου 2014 (ημέρα Παρασκευή και ώρα 10:20), οπότε και ολοκληρώθηκε η διάσκεψη, με τη συμμετοχή της Εισηγήτριας, Βικτωρίας Μερτικοπούλου, η οποία δεν έλαβε μέρος στη ψηφοφορία.

Η Επιτροπή, αφού έλαβε υπόψη όλα τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, την υπ΄ αριθ. πρωτ. 9704/11.12.2013 Έκθεση, τις ενστάσεις και τις απόψεις που διατύπωσαν εγγράφως και προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υπόθεσης και με τα υπομνήματα που υπέβαλαν (αρχικά και συμπληρωματικά), τα όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία, τα συμπληρωματικά στοιχεία που προσκομίσθηκαν και τα οποία είχαν ζητηθεί βάσει του άρθρου 22 παρ. 6 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α. και το ισχύον νομικό πλαίσιο,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΑΚΟΛΟΥΘΩΣ:

Ι. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ι.1. Σύντομο ιστορικό της διαδικασίας

1 Η υπό κρίση υπόθεση αφορά στην αυτεπάγγελτη έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με την εμπορική πολιτική της εταιρίας παραγωγής και εισαγωγής προϊόντων ζύθου, Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. (στο εξής και «Αθηναϊκή Ζυθοποιία» ή «καθ' ης» ή «καταγγελλόμενη» ή «ΑΖ») και στην υπ' αρ. πρωτ. 8461/29.12.2006 καταγγελία της εταιρίας παραγωγής και διάθεσης προϊόντων ζύθου Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. (στο εξής και «Μύθος Ζυθοποιία» ή «Καταγγέλλουσα» ή «Μύθος») για παράβαση του άρθρου 2 και 2α ν. 703/1977 όπως ίσχυε, για σωρεία πρακτικών κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, και ιδίως για επιβολή αποκλειστικότητας, εκπτώσεις στόχου, καταβολή ποσών για προσέγγιση των πελατών της καταγγέλλουσας, καταβολή ποσών για αποκλεισμό των ανταγωνιστών, ευνοϊκή αντιμετώπιση χονδρεμπόρων που κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών προωθούν τα προϊόντα της καταγγελλόμενης.

Ι.2. Η Καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

2 Στις 29.12.2006 κατατέθηκε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού η προαναφερθείσα υπ' αριθ. πρωτ. 8461 καταγγελία της εταιρίας παραγωγής και διάθεσης προϊόντων ζύθου Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. κατά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (στο εξής και «Καταγγελία»). Σύμφωνα με την Καταγγελία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία καταχράται τη δεσπόζουσα θέση την οποία κατέχει στην αγορά της μπίρας μέσω πρακτικών που στρεβλώνουν την αγορά, βλάπτουν τους ανταγωνιστές, τους πελάτες και τους καταναλωτές και καταλήγουν στην επιβολή διαφορετικών τιμών για ίδια προϊόντα για τον πελάτη, και ιδίως μέσω: α) της επιβολής στους πελάτες της αποκλειστικότητας με άμεσο τρόπο, αλλά και εμμέσως, μέσω της επιβολής στόχων στους πελάτες της που για να μπορέσουν να τους φθάσουν πρέπει να προμηθεύονται μόνο προϊόντα της καθ' ης, β) εκπτώσεων πίστης / τζίρου και του καθορισμού στόχων πωλήσεων, γ) της καταβολής ποσών εφάπαξ ή με τη μορφή της αύξησης των προσφορών ή με τη μορφή της κάλυψης της αξίας ανταγωνιστικών προϊόντων της προς τους πελάτες για να αποσπάσει τον πελάτη από τον ανταγωνισμό (ιδίως όταν κάποιος πελάτης/συνεργάτης της βρίσκεται σε διαπραγματεύσεις με την Καταγγέλλουσα για την αγορά προϊόντων της ή την έναρξη στενότερης συνεργασίας με αυτήν, ενώ, κατά την καταγγέλλουσα, η πρακτική της καταγγελλόμενης εφαρμόζεται τόσο σε μεγάλους όσο και σε μικρούς πελάτες, με παροχές που προσαρμόζονται στη δυναμικότητα του κάθε σημείου με σκοπό τον αποκλεισμό της Μύθος Ζυθοποιία). Η Μύθος Ζυθοποιία περαιτέρω καταγγέλλει ότι η καθ' ης προβαίνει σε πρακτικές εκφοβισμού των πελατών αποσκοπούσες στην αποκλειστικότητα, που συνίστανται σε ελάττωση των παροχών ή επιδείνωση των συναλλακτικών όρων και των όρων πίστωσης έναντι των συνεργαζόμενων με τη Μύθος Ζυθοποιία χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, μέσω, ιδίως μειώσεων πιστωτικού ορίου και ημερών πίστωσης και επιβολής στον πελάτη πληρωμής τοις μετρητοίς, παύσης ή απειλής παύσης τριγωνικών πωλήσεων των προϊόντων της, ενόψει συνεργασίας πελάτη της με ανταγωνιστική επιχείρηση, καθώς και με διαφορετική πιστωτική μεταχείριση των χονδρεμπόρων εκείνων που, κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προωθούν τα προϊόντα της τελευταίας.

3 Οι καταγγελλόμενες από τη Μύθος Ζυθοποιία πρακτικές και τα προσκομισθέντα από αυτή στοιχεία αφορούν, τόσο στο επίπεδο λιανικής – ρητή μνεία γίνεται σε περιπτώσεις πελατών του καναλιού key accounts και καταστημάτων επιτόπιας κατανάλωσης – όσο και στο επίπεδο χονδρικής, καλύπτουν δε

χρονικό διάστημα τουλάχιστον από το έτος 2003 εντεύθεν.

4 Δια της Καταγγελίας η Μύθος Ζυθοποιία ζητεί:

(α) Να αναγνωριστεί η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας·

(β) Να επιβληθεί το κατά νόμο πρόστιμο στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία για παράβαση του άρθρου 2 [*και 2α*[2]] του ν. 703/1977·

(γ) Να απαγορευθεί στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία η εφαρμογή στο μέλλον των πρακτικών και συμφωνιών που αναφέρονται στην καταγγελία·

(δ) Να καταδικαστεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία να δηλώσει στους πελάτες της ότι δύνανται να προμηθεύονται προϊόντα και από τους λοιπούς προμηθευτές της αγοράς και ειδικότερα από την καταγγέλλουσα·

(ε) Να απειληθεί πρόστιμο σε περίπτωση που η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν σταματήσει τις πρακτικές που περιγράφονται στην καταγγελία.

5 Τέλος, η Μύθος Ζυθοποιία αιτήθηκε δια της Καταγγελίας την από κοινού εξέταση της εν λόγω Καταγγελίας με την αυτεπάγγελτη έρευνα της Ε.Α. στην αγορά ζύθου, για την εξυπηρέτηση της διαδικασίας και την οικονομία της διαφοράς[3].

Ι.3. Επί της συνεκδίκασης της Καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιία και της αυτεπάγγελτης έρευνας της Ε.Α. στην αγορά του ζύθου

6 Λόγω της ανάγκης συσχέτισης και αξιολόγησης όλων των συναφών στοιχείων στο πλαίσιο εξέτασης της λειτουργίας του ανταγωνισμού στην ελληνική αγορά ζύθου στις 18.02.2009 η Υπηρεσία ζήτησε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία έγκριση για τη λήψη υπόψη και χρησιμοποίηση των στοιχείων που συνελέγησαν κατά τη διάρκεια του αυτεπαγγέλτου ελέγχου στο πλαίσιο εξέτασης της Καταγγελίας.

7 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αρνήθηκε να συναινέσει στην από κοινού εξέταση της αυτεπάγγελτης έρευνας και της Καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιία και στη χρήση στοιχείων της αυτεπάγγελτης έρευνας και στο πλαίσιο εξέτασης της Καταγγελίας[4]. Κατόπιν των ανωτέρω, στις 27.05.2009 η Γ.Δ.Α. αιτήθηκε[5] στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την από κοινού εξέταση των δυο φακέλων και τη συσχέτισης των στοιχείων τους, προκειμένου να συνταχθεί κοινή Εισήγηση, να χρησιμοποιηθεί το σύνολο του συλλεχθέντος στο πλαίσιο και των δυο ανωτέρω υποθέσεων αποδεικτικού υλικού και να εκδοθεί ενιαία

---

[2] Η αναφορά σε παράβαση του άρθρου 2α του ν. 703/1977 στον τίτλο και στο αιτητικό της καταγγελίας δεν μπορεί να ληφθεί υπ' όψιν, δεδομένου ιδίως ότι αιτίαση περί παραβίασης του άρθρου 2α του ν. 703/1977 από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. δεν προκύπτει από το σώμα της καταγγελίας.

[3] Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έλαβε αντίγραφο της Καταγγελίας την 20.11.2008.

[4] Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο υπ' αρ. πρωτ. 2133/11.03.2009 έγγραφό της, ανέφερε ως αιτιολογία για την άρνησή της ότι το, […].

[5] Σύμφωνα με το άρθρο 18 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (εφεξής και ΚΛΔΕΑ), όπως ίσχυε, κατά το οποίο: «*Η Επιτροπή μπορεί κατόπιν αιτήματος της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού ή των μερών να διατάξει την από κοινού εξέταση ή το χωρισμό υποθέσεων που πρόκειται να εισαχθούν ή εκκρεμούν ενώπιόν της*».

απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού[6]. Διαδικαστικά η σκοπιμότητα συσχέτισης των ευρημάτων της αυτεπάγγελτης έρευνας με τα στοιχεία της καταγγελίας προέκυπτε λόγω του κοινού τους αντικειμένου και της σύμπτωσης των εξεταζόμενων αιτιάσεων, και για λόγους αποτελεσματικότερης άσκησης των αρμοδιοτήτων καθώς η συνεξέταση των ανωτέρω δυο υποθέσεων θα επέτρεπε την ασφαλή και εις βάθος διάγνωση των προβλημάτων της εν λόγω αγοράς και τη συνολική αντιμετώπιση των αναφυόμενων προβλημάτων καθώς και για λόγους οικονομίας της διαδικασίας και εξοικονόμησης διοικητικών πόρων. Η Ολομέλεια της Επιτροπής Ανταγωνισμού αποφάσισε κατά την 1608η Συνεδρίαση της 09.07.2009 την από κοινού εξέταση της Καταγγελίας και της αυτεπάγγελτης έρευνας, συνεπώς τα στοιχεία της καταγγελίας συσχετίσθηκαν με τα ευρήματα της προηγούμενης αυτεπάγγελτης έρευνας και ενώθηκαν οι δυο φάκελοι. Κατά της απόφασης αυτής η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέθεσε στις 28.09.2009 προσφυγή και αίτηση αναστολής στο Διοικητικό Εφετείο Αθηνών (εφεξής και «ΔΕφΑθ»). Επί της αιτήσεως αναστολής εκδόθηκε στις 30.10.2009 η υπ’ αριθ. 96/2009 απόφαση της Προέδρου του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών, με την οποία αποφασίστηκε να ανασταλεί η εκτέλεση της ως άνω προσβαλλόμενης απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, μέχρι την έκδοση οριστικής απόφασης επί της προσφυγής[7]. Στη συνέχεια, εκδόθηκε στις 13.10.2010 η απόφαση του 15ου Τριμελούς Τμήματος του ως άνω Δικαστηρίου υπ’ αριθ. 2274/2010, με την οποία απερρίφθη η προσφυγή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως απαράδεκτη. Το Δικαστήριο, μεταξύ άλλων, έκρινε ότι δεν προέκυψε ότι η προσβαλλόμενη απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού αναπτύσσει δεσμευτικά αποτελέσματα ικανά να επηρεάσουν τα συμφέροντα της προσφεύγουσας Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μεταβάλλοντας κατά τρόπο σαφή τη νομική της θέση και, επομένως, πρόκειται για πράξη μη εκτελεστή, η οποία προσβάλλεται απαραδέκτως.

8 Κατά της απόφασης 2274/2010 του 15ου Τριμελούς Τμήματος του ΔΕφΑθ η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άσκησε στις 29.12.2010 αίτηση αναιρέσεως ενώπιον του Συμβουλίου της Επικρατείας («ΣτΕ») και αίτηση αναστολής ενώπιον της Επιτροπής Αναστολών του ΣτΕ. Η αίτηση αναιρέσεως συζητήθηκε αρχικά την 21.09.2011. Ωστόσο, λόγω αδυναμίας ολοκλήρωσης της διάσκεψης σε εύλογο χρόνο από την ως άνω αρχική συζήτηση αποφασίσθηκε, με την από 29.5.2012 Πράξη του Προέδρου Β΄ Τμήματος του ΣτΕ, η επανάληψη της συζήτησης και ορίσθηκε νέα δικάσιμος για ανασυζήτηση η 20.6.2012. Στις 10.10.2012 δημοσιεύθηκε η απόφαση 3830/2012 του Β΄ Τμήματος του ΣτΕ, με την οποία απερρίφθη η ως άνω αίτηση αναιρέσεως της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως απαράδεκτη. Το ΣτΕ, μεταξύ άλλων, έκρινε ότι […]. Την 12.11.2012 εκδόθηκε και η υπ’ αριθ. 652/2012 απόφαση της Επιτροπής Αναστολών του

---

[6] Σημειώνεται εδώ ότι αίτημα περί συσχετισμού της καταγγελίας με τα πορίσματα της αυτεπάγγελτης έρευνας είχε υποβάλει και η Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. προς εξυπηρέτηση της διαδικασίας και της οικονομία της διαφοράς.

[7] Στις 09.12.2009 η Μύθος Ζυθοποιία άσκησε αίτηση ανάκλησης της υπ’ αριθ. 96/2009 απόφασης της Προέδρου του ΔΕφΑθ, ως τρίτη έχουσα έννομο συμφέρον, η οποία στερήθηκε το συνταγματικό δικαιωμά της στην παροχή έννομης προστασίας από το Δικαστήριο, καθώς δεν είχε κλητευθεί και δεν συμμετείχε στη διαδικασία που κατέληξε στην έκδοση της ως άνω υπ’ αριθ. 96/2009 απόφασης Προέδρου. Επί της ανωτέρω αίτησης ανάκλησης εκδόθηκε στις 22.12.2009 η απόφαση 134/2009 του 18ου Τμήματος του ΔΕφΑθ, με την οποία αναβλήθηκε η έκδοση οριστικής απόφασης, προκειμένου να επιδώσει η Μύθος Ζυθοποιία στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντίγραφο της αίτησης ανάκλησης καθώς και της οικείας πράξης ορισμού δικασίμου. Με την ως άνω αναβλητική απόφαση διατάχθηκε, επίσης, η Επιτροπή Ανταγωνισμού «*να απόσχει από κάθε ενέργεια σχετική με τις επίμαχες υποθέσεις μέχρι να εκδοθεί η απόφαση του Συμβουλίου για την κρινόμενη αίτηση ανακλήσεως*». Στις 4.2.2010 εκδόθηκε η απόφαση 20/2010 του 18ου Τμήματος ΔΕφΑθ, με την οποία η ως άνω αίτηση ανάκλησης απορρίφθηκε ως αβάσιμη.

ΣτΕ με την οποία απορρίφθηκε ως άνευ αντικειμένου και η από 20.01.2011 αίτηση αναστολής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επί της 2274/2010 απόφασης του ΔΕφΑθ.

9 Κατόπιν των ανωτέρω, αξιολογήθηκε το σύνολο του συλλεχθέντος -στο πλαίσιο, τόσο της αυτεπάγγελτης έρευνας όσο και της Καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιία -αποδεικτικού υλικού και συνετάγη η υπ’ αρ. 9704/11.12.2013 Εισήγηση επ’ αυτών.

ΙΙ. ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

Η καθ’ ης Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

10 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. είναι εταιρία παραγωγής και εμπορίας μπίρας με έδρα την Αθήνα. Διαθέτει τρεις μονάδες σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Πάτρα αντιστοίχως, δύο βυνοποιεία (Θεσσαλονίκη και Πάτρα), και μία μονάδα εμφιάλωσης του φυσικού μεταλλικού νερού ΙΟΛΗ και ένα κέντρο διακίνησης στο Ηράκλειο Κρήτης[8]. Ιδρύθηκε το 1963 από έλληνες επιχειρηματίες και αποτελεί θυγατρική εταιρία της ολλανδικής Heineken N.V. (Όμιλος Heineken) η οποία κατέχει το […]% του μετοχικού της κεφαλαίου. Ο Όμιλος Heineken εξαγόρασε την Ολλανδική Ζυθοποιία Amstel το 1968 και σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεσή του για το 2012, είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός μπίρας στην Ευρώπη. Σήμερα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παράγει και συσκευάζει τις μπίρες: Amstel, Amstel Pils, Amstel Bock, Amstel Radler, Heineken, ΑΛΦΑ, Fischer, Buckler, ΒΙΟΣ 5, ενώ εισάγει τις μπίρες Amstel Light, McFarland, Erdinger, SOL, Murphy’s, Duvel, Chimay, Kirin, Moretti, Desperados, Krusovice, Strongbow και άλλες[9].

11 Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη ζυθοποιίας της […] που προσκόμισε η ΑΖ (σχετικό ΤΣ 1 υπομνήματος ΑΖ της 04.03.2014, σ. 39), η ΑΖ παράγει πολύ γνωστά εμπορικά σήματα μπίρας και αποτελεί την κορυφαία ζυθοβιομηχανία της χώρας. Στη συγκεκριμένη μελέτη εκτιμάται ότι περίπου το […]% του κύκλου εργασιών της εταιρίας καλύπτεται από την μπίρα. Η ΑΖ διακινεί τα προϊόντα της μέσω […] χονδρεμπόρων περίπου[10]. Τα 25 προϊόντα που παράγει και διανέμει εξάγονται σε 11 χώρες με τη βοήθεια ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής και πωλήσεων[11]. Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η Amstel το 1977 απέκτησε το προβάδισμα στην ελληνική αγορά στις προτιμήσεις των ελλήνων καταναλωτών. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δραστηριοποιείται συστηματικά με χορηγίες σε κοινωνικά, αθλητικά και πολιτιστικά γεγονότα. Το 2001 η εταιρία έγινε Μέγας Χορηγός

---

[8] Το πρώτο εργοστάσιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λειτούργησε στην Αθήνα το 1965 και παρήγε την μπίρα Amstel. Το 1975 εγκαινιάστηκε το δεύτερο εργοστάσιο στη Θεσσαλονίκη και το 1985 αγοράστηκε το τρίτο, στη ΒΙ.ΠΕ. Πάτρας. Από το 1993 λειτουργεί στη Λαμία η μονάδα εμφιάλωσης του Φυσικού Μεταλλικού Νερού Ιόλη [http://www.athenianbrewery.gr/50-xronia-eimaste-edw/istoria/#sthash.aMUs2S6P.dpuf]. Βλ. και υπόμνημα ΑΖ.

[9] Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία το 1981 λανσάρισε στην ελληνική αγορά την Heineken, το 1990-1993 τη μπίρα Buckler και άρχισε να εισάγει 10 ακόμη μάρκες, το 1999-2000 τα σήματα Fischer και ΑΛΦΑ, το 2006 την Amstel Pulse και το 5λιτρο βαρέλι της Heineken, το 2007 το BeerTender και το ποτό Segredo, το 2009 άρχισε να εισάγει τις μπίρες Krusovice, Moretti, Tiger, το 2010 λανσάρισε τη μπίρα ΒΙΟΣ 5, το 2011 την μπίρα Amstel Pils, το 2012 την μπίρα SOL, το 2013 τις μπίρες Amstel Radler, ΑΛΦΑ STRONG, το 2014 τις Amstel Free και Affligem.
Η κλαδική μελέτη ζυθοποιίας της […], σ. 39 αναφέρει […].

[10] Στοιχείο από υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014.

[11] Στόχος της εταιρίας είναι οι εξαγωγές (που ανέρχονται σε περίπου 10%) να φτάσουν να αντιστοιχούν στο 20% της συνολικής παραγωγικής δραστηριότητας.

των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 στην Αθήνα με το εμπορικό σήμα της Heineken, ενώ στη χορηγική δράση του σήματος Heineken περιλαμβάνεται και η δημοφιλής αθλητική διοργάνωση UEFA Champions League. Η ΑΖ χορηγεί, επίσης, μεταξύ άλλων, τη διοργάνωση συναυλιών, φεστιβάλ μουσικής και κινηματογράφου. Τέλος, κατά δήλωσή της[12], η ΑΖ είναι μέλος του Ομίλου HEINEKEN ο οποίος έχει θέσει ως πρωταρχική επιχειρηματική αρχή την αυστηρή τήρηση, σε παγκόσμιο επίπεδο, πολιτικής συμμόρφωσης με κάθε ισχύοντα νόμο και θεσμικό πλαίσιο. Μια περιοχή υψίστης σημασίας είναι η περιοχή του δικαίου του ανταγωνισμού. Η ΑΖ αναφέρει ότι στο πλαίσιο επιμόρφωσης και ενημέρωσης του προσωπικού της για την νομοθεσία του ανταγωνισμού έχει προβεί συστηματικά σε γραπτές ενημερώσεις, εκδόσεις και εσωτερικά σεμινάρια με παρουσίαση των υποχρεώσεων και ευθυνών που απορρέουν από τη νομοθεσία αυτή, με έμφαση σε ζητήματα συμπεριφοράς εταιρίας με δεσπόζουσα θέση και με δηλώσεις περί μηδενικής ανοχής σε μη τήρηση της νομοθεσίας του ανταγωνισμού. Οι ενημερώσεις αυτές έχουν γίνει από εξειδικευμένα στελέχη (νομικούς συμβούλους, υψηλόβαθμα διοικητικά στελέχη) τόσο του ομίλου HEINEKEN όσο και της ΑΖ.

Η καταγγέλλουσα Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.

12 Η Μύθος Ζυθοποιία[13] έχει ως αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή, τις αντιπροσωπείες, τις εισαγωγές και το χονδρικό εμπόριο μπίρας. Συστάθηκε το 1968 στην Αθήνα με την επωνυμία «Henninger Hellas Ανώνυμη Εταιρία Παραγωγής Ζύθου και Αναψυκτικών». Το 1989 η Γαλλική Εταιρία Brasseries Kronenbourg απέκτησε την ελέγχουσα πλειοψηφία των μετοχών της Henninger Hellas, ενώ το 1992 το μεγαλύτερο μέρος των μετοχών της απέκτησε η εταιρία «Μπουτάρης Ι. & Υιός Ανώνυμη Εταιρία Συμμετοχών και Επενδύσεων». Το 1994 η επωνυμία της εταιρίας άλλαξε σε Ζυθοποιία Βορείου Ελλάδος και τον Ιανουάριο του 2000 στη σημερινή (Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε.). Μετά από αλλεπάλληλες εξαγορές συμμετοχών από τον Αύγουστο 2002 έως το Μάιο 2006 ο έλεγχος της εταιρίας περιήλθε στη Βρετανική εταιρία «Scottish & Newcastle Plc». Το 2008 η «Carlsberg Breweries A/S» και η Heineken NV απέκτησαν διαφορετικά τμήματα της ζυθοποιίας «Scottish & Newcastle Plc» (S&N) μέσω δημόσιας προσφοράς της 25.01.2008[14]. Βάσει του διαχωρισμού των περιουσιακών στοιχείων της S&N μεταξύ της Carlsberg και της Heineken που ακολούθησε, η Carlsberg απέκτησε τον έλεγχο επιχειρήσεων που λειτουργούσε η S&N σε διάφορες χώρες, περιλαμβανομένης και της Μύθος Ζυθοποιίας στην Ελλάδα (η οποία πλέον ανήκει στην «Carlsberg Breweries A/S» και στην «Carlsberg International A/S» που με τη σειρά της είναι 100% θυγατρική της «Carlsberg Breweries A/S»).

13 Η Μύθος Ζυθοποιία διαθέτει ιδιόκτητη μονάδα παραγωγής στην περιοχή της Σίνδου, στη Θεσσαλονίκη, όπου παράγει τις μπίρες Mythos, Kaiser και Henninger, τις οποίες και διανέμει στη χώρα μας. Παράλληλα, η εταιρία εισάγει και διανέμει τα σήματα: Carlsberg, Corona Extra, Guinness, Kilkenny, Grimbergen, Schneider Weisse, τον μηλίτη Magnes και τον οίνο από μήλα Somersby. Η εταιρία

[12] Υπόμνημα της 04.03.2014, σ. 11.

[13] Στοιχεία από την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.mythosbrewery.gr.

[14] Βλ. αποφάσεις της Ευρ. Επιτροπής COMP/M.4952 – Carlsberg / Scottish & Newcastle Assets της 07.03.2008 κα COMP/M.4999 - Heineken / Scottish & Newcastle assets της 03.04.2008.

αναπτύσσει εξαγωγική δραστηριότητα, ειδικά σε ό,τι αφορά την μπίρα Mythos, η οποία εξάγεται σε περίπου 40 χώρες.

III.ΥΠΟΒΛΗΘΕΙΣΕΣ ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ

Στο από 04.03.2014 υπόμνημά της, η καταγγελλόμενη προέβαλε τις ακόλουθες ενστάσεις, οι οποίες διατυπώθηκαν και αναπτύχθηκαν κατά τη συνεδρίαση της 21.03.2014:

Α. Έλλειψη κατά χρόνο αρμοδιότητος για έκδοση απόφασης εις βάρος της ΑΖ, άλλως «παραγραφή» του δικαιώματος της Ε.Α. και υπέρβαση εύλογης διάρκειας της διοικητικής διαδικασίας[15]/ Ένσταση παραβίασης δικαιώματος προς άμεση λήψη αντιγράφων των καταγγελιών

14 Κατ' αρχάς, η καθ' ης ισχυρίζεται ότι[16] η μη αποκάλυψη προς την ΑΖ της καταγγελίας της ΜΥΘΟΣ από μέρους της Ε.Α. από τις 29.12.2006, οπότε αυτή κατατέθηκε [η ΑΖ έλαβε αντίγραφο της μη επιστευτικής της εκδοχής την 20.11.2008] και η μη αναφορά στην Καταγγελία στο πλαίσιο ελέγχου τον οποίο διεξήγαγε η ΕΑ απευθυνόμενη προς την ΑΖ, παραβίασε την αρχή της χρηστής διοίκησης και τα δικαιώματα άμυνας της ΑΖ.

15 Η εν λόγω ένσταση είναι απορριπτέα ως αβάσιμη. Στην ελεγχόμενη/καταγγελλόμενη εταιρία παρασχέθηκε η προσήκουσα πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης, και τηρήθηκαν όλες οι προβλεπόμενες από τις κείμενες διατάξεις διαδικασίες. Ειδικότερα, βάσει του άρθρου 19 παρ. 4 του Κανονισμού Ε.Α. όπως ίσχυε κατά την αίτηση λήψης αντιγράφου της καταγγελίας[17]: «*Τα πρόσωπα κατά των οποίων στρέφονται οι καταγγελίες ... έχουν δικαίωμα πρόσβασης στα μη απόρρητα στοιχεία του φακέλου μετά την κοινοποίησης της κλήτευσης... Κατ' εξαίρεση, αντίγραφα καταγγελιών λαμβάνονται από αυτά και πριν από την κοινοποίηση της κλήτευσης*». Όπως θα αναλυθεί, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θεμελίωσε γενικό δικαίωμα πρόσβασης στα μη απόρρητα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης το πρώτον μετά την κοινοποίηση της κλήτευσης σε συζήτηση, και όχι πριν από την κλήτευσή της, όπως εσφαλμένως υπολαμβάνει. Το ίδιο ισχύει αντιστοίχως και στο ενωσιακό δίκαιο, κατά τα ρητώς προβλεπόμενα στο άρθρο 15 παρ. 1 του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΚ) 773/2004 («*Εάν της ζητηθεί, η Επιτροπή χορηγεί στα μέρη προς τα οποία έχει αποσταλεί κοινοποίηση αιτιάσεων πρόσβαση στον φάκελο της υπόθεσης. Η πρόσβαση αυτή χορηγείται μετά την αποστολή της κοινοποίησης αιτιάσεων*») και στο σημείο 26 της Ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης, Ε.Ε. C 325 της 22/12/2005 («*Πριν από την αποστολή της κοινοποίησης αιτιάσεων της Επιτροπής ... τα μέρη δεν έχουν δικαίωμα πρόσβασης στον φάκελο της αντίστοιχης υπόθεσης*»). Και είναι αυτό συνεπές, διότι στο στάδιο της προδικασίας, πριν δηλαδή από την κλήτευση, δεν έχουν ελεγχθεί τα

---

[15] Βλ. Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, Ενστάσεις, 7.Γ.2, σ. 246 επ.

[16] Βλ. Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, Ενστάσεις, 7.Α, σ. 232 επ. ιδίως σ. 233.

[17] Υπ' αριθ. 8275/15.12.2006 (ΦΕΚ Β' 1890/29.12.2006) Κοινή Υπουργική Απόφαση των Υπουργών Εξωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης και Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης που είχε αντικαταστήσει την υπ' αριθμ. 963/30.3.2001 (ΦΕΚ Β΄ 361/4.4.2001) Κοινή Απόφαση των Υπουργών Εσωτερικών, Δημόσιας Διοίκησης και Αποκέντρωσης, Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης, για την Λειτουργία της Επιτροπής.

σχετικά στοιχεία, ούτε και έχει ακόμη αποκρυσταλλωθεί η προκαταρκτική θέση της υπηρεσίας, ενώ παράλληλα προέχει η διαφύλαξη του αντικειμένου της υπό εξέλιξη έρευνας [βλ. σχετ. άρθρο 5 παρ. 3 Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας] και η διασφάλιση της αποτελεσματικότητας της εφαρμογής των κανόνων του ανταγωνισμού εν γένει. Μόνο κατ' εξαίρεση, και κατά τη διακριτική προς τούτο ευχέρεια της Υπηρεσίας, μπορεί να χορηγηθούν στην καταγγελλόμενη αντίγραφα των καταγγελιών που στρέφονται εναντίον της πριν από την κοινοποίηση της κλήτευσης, βάσει της ρητής πρόβλεψης του Κανονισμού της Ε.Α.[18] Στο πλαίσιο αυτό της κατ΄εξαίρεση χορήγησης, η καταγγελλόμενη έλαβε κατ' εξαίρεση αντίγραφο της υπ' αριθμ. 8461/29.12.2006 καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιίας που στρέφονταν εναντίον της, πριν από την κοινοποίηση της κλήτευσης, κατόπιν της υπ' αριθμ. πρωτ. 7565/30.10.2008 αίτησής της, γεγονός που της επέτρεψε να κατανοήσει το βασικό περιεχόμενο των αιτιάσεων που διατύπωνε η καταγγέλλουσα εναντίον της. Σε κάθε περίπτωση, δεν γεννάται στην κρινόμενη υπόθεση θέμα παραβίασης των δικαιωμάτων προηγούμενης ακρόασης και άμυνας της καταγγελλόμενης, καθώς τηρήθηκαν όλες οι εκ του νόμου προβλεπόμενες διαδικαστικές εγγυήσεις για την ακρόαση και άμυνά της ενώπιον της Επιτροπής, συμπεριλαμβανομένων της προφορικής ακρόασης, της εξέτασης μαρτύρων της και της κατάθεσης διαδοχικών υπομνημάτων (γραπτού υπομνήματος, υπομνήματος προσθήκης-αντίκρουσης, καθώς και συμπληρωματικού υπομνήματος μετά το τέλος της συζήτησης).

16 Περαιτέρω, και σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς της, η καθ' ης, κατά τη διάρκεια του εν λόγω χρονικού διαστήματος γνώριζε σε κάθε περίπτωση ότι ελέγχεται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Ενδεικτικά σημειώνεται ότι ήδη η αρχική εντολή ελέγχου της 04.07.2001 (υπ' αρ. πρωτ. 1851) ανέφερε ρητώς και κατά τρόπο που δεν κατέλιπε αμφιβολία ότι η εντολή δίδεται, προκειμένου να διενεργηθεί έλεγχος «στα βιβλία, στοιχεία και λοιπά έγγραφα της εταιρίας ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΪΙΑ Α.Ε., για τη συλλογή στοιχείων και πληροφοριών, *προκειμένου να διερευνηθεί η εν γένει εμπορική πολιτική της εν λόγω εταιρείας*». Προκύπτει, επομένως, αδιαμφισβήτητα ότι η ΑΖ γνώριζε ότι ήταν η εμπορική πολιτική της ίδιας που διερευνούνταν από την Επιτροπή Ανταγωνισμού (αναγνωρίζει άλλωστε και η ίδια ότι αποτελούσε «αντικείμενο έρευνας» της Επιτροπής[19]), εξ ου και το επιχείρημα της ΑΖ περί του ότι η ΑΖ τουλάχιστον μέχρι τις 18.07.2008 είχε την πεποίθηση ότι η διεξαγόμενη έρευνα δεν στόχευε ή επικεντρωνόταν στην ΑΖ[20] είναι αλυσιτελές και η αιτίαση προφανώς αβάσιμη. Συναφώς, και οι εντολές για τη διενέργεια ελέγχου της 22.05.2006 παρέχονται προκειμένου να διενεργηθεί έλεγχος «*στα βιβλία, στοιχεία και λοιπά έγγραφα της συγκεκριμένης επιχείρησης [ενν. η καθ' ης Αθηναϊκή Ζυθοποιία προς την οποία κοινοποιείται το έγγραφο και η οποία αναφέρεται ως παραλήπτης], για τη συλλογή στοιχείων και πληροφοριών, στο πλαίσιο αυτεπάγγελτης έρευνας της Υπηρεσίας μας για διαπίστωση τυχόν παράβασης των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/77 και άρθρα 81 και 82 της ΣυνθΕΚ από εταιρείες παραγωγής και διανομής ζύθου*». Αντίστοιχες αναφορές γίνονται σε πολλά άλλα έγγραφα που είχε αποστείλει η ΕΑ στην καθ' ης κατά τη διάρκεια της εν λόγω περιόδου[21], ενώ ανάλογο ήταν και το αντικείμενο επαφών

[18] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 ΤΣΑΚΙΡΗΣ ΑΒΕΕ κατά TASTY FOODS ΑΒΓΕ («Tasty»).

[19] Βλ. Πρακτικά 16ης Συνεδρίασης της 21.03.2014.

[20] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, σ. 233.

[21] Βλ. ενδεικτικά επιστολές παροχής στοιχείων της ΓΔΑ προς την καθ' ης, υπ' αριθ. πρωτ. 1141/23.02.2007,

της ΑΖ με στελέχη της ΓΔΑ. Όσα, επομένως, περί του αντιθέτου υποστηρίζονται από την καθ' ης είναι απορριπτέα ως αβάσιμα. Εξάλλου, η Αθηναϊκή ήταν σε απόλυτη γνώση ότι το μερίδιό της στην αγορά το 2006 ήταν της τάξεως του [75-80]% και, συνεπώς, δεν μπορούσε να έχει αμφιβολία ότι ο έλεγχος της Υπηρεσίας για ενδεχόμενη παράβαση των άρθρων 2 ν. 703/1977 και 82 ΣυνθΕΚ [νυν άρθρο 102 ΣΛΕΕ] περί απαγόρευσης κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης αφορούσε την ίδια ως «εταιρεία παραγωγής και διανομής ζύθου» κατέχουσα το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά [βλ. ετήσια έκθεση 2006 της καθ' ης με σχετική αναφορά][22].

17 Σε σχέση με την έλλειψη κατά χρόνο αρμοδιότητος για έκδοση απόφασης εις βάρος της – παρόλο που η ΑΖ συνομολογεί ότι ευρίσκετο υπό καθεστώς αυτεπάγγελτης και κατόπιν καταγγελίας έρευνας από την Ε.Α. προ της 20.04.2011 και, ως εκ τούτου, κατά ρητή επιταγή της μεταβατικής διάταξης (άρθρο 50 παρ. 6 ν. 3959/2011) οι συνεξεταζόμενες υποθέσεις δεν ενέπιπταν σε παραγραφή – διατείνεται ακολούθως ότι[23], βάσει της συνταγματικής αρχής της ισότητας και της αρχής της δίκαιης δίκης, στη διάταξη πρέπει να δοθεί η ερμηνεία ότι η καθ' ης Αθηναϊκή Ζυθοποιία διατηρεί το δικαίωμα να κάνει επίκληση των νεωτέρων υπό του ν. 3959/2011 διατάξεων κατά το τμήμα που αυτές εισάγουν ευνοϊκότερες ρυθμίσεις. Περαιτέρω, κατά την καθ' ης, η αρμοδιότητα της Ε.Α. προς έκδοση απόφασης υπόκειται, ως δυσμενής διοικητική πράξη, σε ανατρεπτική (ή αποσβεστική) προθεσμία, μετά την πάροδο της οποίας τα όργανα της διοίκησης καθίστανται κατά χρόνο αναρμόδια να ενεργήσουν[24]. Η ΑΖ υποστηρίζει, επίσης, ότι «τα ερωτηματολόγια της ΕΑ» δεν είχαν το απαραίτητο σαφές και εντοπισμένο στις τελικώς αποδιδόμενες στην Εισήγηση παραβάσεις περιεχόμενο και έτσι δεν μπορούσαν νομίμως να διακόψουν την παραγραφή. Στο πλαίσιο αυτό, ως αφετηρία του υπολογισμού του χρόνου της παραγραφής πρέπει – κατά την άποψή της πάντοτε – να λαμβάνεται η ημερομηνία κοινοποίησης της Εισήγησης προς τον διοικούμενο (ή άλλως η ημερομηνία έκδοσης αυτής) με την οποία εισάγεται η υπόθεση στην Ε.Α. προς τελική εξέταση και η Ε.Α. έχει την αρμοδιότητα κατά χρόνο

3203/04.06.2007 και 3239/06.07.2007, στις οποίες αναφέρεται: «*στο πλαίσιο του αυτεπάγγελτου ελέγχου που διενεργεί η Υπηρεσία μας στον κλάδο της ζυθοποιΐας, για διαπίστωση τυχόν παράβασης των άρθρων 1, 2 και 2α του ν. 703/77 και των άρθρων 81 και 82 ΣυνθΕΚ από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο και σε συνέχεια ... β) των αυτεπάγγελτων ελέγχων που διενήργησαν υπάλληλοι της Υπηρεσίας στις εγκαταστάσεις της εταιρείας σας...*».

[22] Όπως συνομολογείται (αν και για το διάστημα μετά τις 18.07.2008) και από την καθ' ης η οποία στο υπόμνημά της δηλώνει ότι: «*Από τις 18.07.2008 και εφεξής ή ΓΔΑ απευθύνεται προς την ΑΖ αναφερόμενη σε έλεγχο ο οποίος διεξάγεται στο πλαίσιο αυτεπάγγελτης έρευνας της ΓΔΑ για τυχόν παράβαση του άρθρου 2 του ν. 703/77 (ή της αντίστοιχης μεταγενέστερης νομοθεσίας ή της Κοινοτικής νομοθεσίας) ήτοι παράβαση συνδεόμενη με κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στην αγορά του ζύθου και, ως εκ τούτου, αν και η ΓΔΑ αποφεύγει έως και τις 7.06.2012 να αναφερθεί ρητά στην καταγγελία, είναι δυνατόν, καλοπίστως, να συμπεράνει κανείς ότι η έρευνα στοχεύει στην ΑΖ ως διαθέτουσα το μεγαλύτερο μερίδιο στην σχετική αγορά υπό οποιονδήποτε ορισμό αυτής*».

[23] Βλ. Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, Ενστάσεις, 7.Α, σ. 235 επ. Βλ. επίσης Πρακτικά Συνεδρίασης της 21.03.2014.

[24] Υπόμνημα ΑΖ, ιδίως σ. 236 επ. Η ελεγχόμενη ισχυρίζεται ότι, σύμφωνα με την παρ. 5 του άρθρου 10 του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας, οι προθεσμίες για την έκδοση δυσμενών ατομικών διοικητικών πράξεων είναι αποκλειστικές και ότι κατά το γενικό ερμηνευτικό κανόνα του άρθρου 279 ΑΚ, για την αποσβεστική προθεσμία εφαρμόζονται αναλόγως οι διατάξεις περί παραγραφής. Συνοπτικά, υποστηρίζει ότι υφίσταται ανατρεπτική (αποσβεστική) αποκλειστική προθεσμία για έκδοση της αποφάσεως της Ε.Α. για την επιβολή προστίμου επί εικαζομένης παραβάσεως της νομοθεσίας του ανταγωνισμού η οποία κατ' αρχήν είναι ευλόγου χρόνου ο οποίος δεν υπερβαίνει τα πέντε έτη από την τέλεση της παράβασης και ότι με την πάροδο της αποσβεστικής προθεσμίας αποσβέννυται η αρμοδιότητα της Ε.Α. να επιβάλει πρόστιμο και να εκδώσει οποιαδήποτε διοικητική πράξη σχετικά με την συμπεριφορά του διοικουμένου για την οποία πλέον έχει καταστεί αναρμόδια.

να εξετάσει πράξεις του διοικούμενου και να εκδώσει σχετικά απόφαση μόνο για χρονικό διάστημα μη υπερβαίνον την πενταετία προ της συντάξεως της Εισηγήσεως και της εισαγωγής της υποθέσεως προς εξέταση από την Ε.Α[25]. Περαιτέρω, κατά την ΑΖ, η ελεγχόμενη περίοδος δεν μπορεί να επεκταθεί προ της 18.07.2008 δεδομένου ότι «*τότε για πρώτη φορά η Ε.Α. περιείχε σε έγγραφό της προς την ΑΖ συγκεκριμένη αναφορά για το ότι η έρευνα γίνεται στο πλαίσιο έρευνας για τυχόν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης το οποίο σε συνδυασμό με την καθυστερημένη, με υπαιτιότητα της Ε.Α., γνώση μας της καταγγελίας της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε. την 28.11.2008, δημιούργησε στην ΑΖ την εντύπωση, για πρώτη φορά, ότι η έρευνα της Ε.Α. επικεντρώνεται στην συμπεριφορά της*» - αιτίαση, ωστόσο, που προβάλλεται αβασίμως κατά τα προεκτεθέντα[26]. Επιπροσθέτως, η ΑΖ διατείνεται ότι η έρευνα «η οποία επικεντρώθηκε στην ΑΖ από το 2008» δεν ήταν δυνατόν εκ νέου να επανέλθει σε εποχή ακόμα και προ δεκαετίας, διότι αυτό θα αντέβαινε στην ασφάλεια δικαίου και την προστατευόμενη εμπιστοσύνη του διοικουμένου. Ισχυρίζεται δε, ότι υπό το προ του ν. 3959/2011 δεν νοείται διάπραξη διαρκούς διοικητικής παράβασης χωρίς αυτό να προβλέπεται ειδικά σε νόμο[27]. Η ΑΖ επικουρικώς αιτείται να ληφθεί ως απώτατο όριο παραγραφής αυτό των δέκα ετών από την τέλεση της παράβασης (δηλαδή η αξιολόγηση στοιχείων και η τυχόν επιβολή κύρωσης εκ μέρους της Επιτροπής να μην έχει πεδίο αναφοράς για το διάστημα πέραν των δέκα προηγουμένων ετών από την προσδοκώμενη ημερομηνία έκδοσης της απόφασης ΕΑ) επικαλούμενη το άρθρο 42 του ν. 3959/2011 και το άρθρο 25 του Κανονισμού 1/2003. Τέλος, η ΑΖ προβάλλει[28] ισχυρισμούς σε σχέση με την υπέρβαση της εύλογης διάρκειας της διοικητικής διαδικασίας που αποτελεί γενική αρχή του δικαίου της Ένωσης. Ειδικότερα – παρόλο που ΑΖ αναγνωρίζει ότι το εύλογο της διάρκειας και των δύο φάσεων της διοικητικής διαδικασίας (του ερευνητικού σταδίου πριν από την ανακοίνωση της Εισήγησης, και του υπόλοιπου μέρους της διοικητικής διαδικασίας από την κοινοποίηση των αιτιάσεων ή της Εισήγησης μέχρι την έκδοση της τελικής αποφάσεως) πρέπει να εκτιμάται ενόψει των συγκεκριμένων περιστάσεων κάθε υπόθεσης, και ιδίως του όλου πλαισίου της, των διάφορων διαδικαστικών σταδίων που ακολούθησε η Επιτροπή, της συμπεριφοράς που επέδειξαν οι εμπλεκόμενοι στη διάρκεια της διαδικασίας, της σημασίας της υποθέσεως για τις διάφορες

---

[25] Επομένως κατ' αυτήν, αφού η Εισήγηση κοινοποιήθηκε στην ΑΖ στις 20.12.2013, το χρονικό διάστημα εντός του οποίου η Ε.Α. είναι αρμόδια κατά χρόνον να ερευνήσει είναι – σύμφωνα πάντοτε με τους ισχυρισμούς της –το εύλογο χρονικό διάστημα προ της ημερομηνίας αυτής και πάντως μόνο μεταγενέστερα της 20.12.2008 (πέντε έτη από την κοινοποίηση της Εισήγησης) με μόνο ανασταλτικό γεγονός το διάστημα των 105 ημερών κατά το οποίο η Ε.Α. εκωλύετο να προβεί σε οποιαδήποτε ενέργεια δυνάμει της υπ' αριθ. 134/2009 αποφάσεως του Διοικητικού Εφετείου Αθηνών.

[26] Η καθ' ης ισχυρίζεται ότι το χρονικό διάστημα προ της 18.07.2008 δεν μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο έρευνας και αξιολόγησης και για τον λόγο ότι η Ε.Α., στα πλαίσια της αυτεπάγγελτης έρευνας την οποία άρχισε στις 4.07.2001 και η οποία, όπως η ίδια συνομολογεί, «συνέχισε μέχρι και την 6.06.2007 διά του υπ' αριθ. 3239/06.06.2007 ερωτηματολογίου, οπότε και την ολοκλήρωσε και η οποία αφορούσε κάθε τυχόν παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού στην αγορά ζύθου» δεν εξέδωσε απόφαση εντός πενταετίας, με αποτέλεσμα, μέχρι την 18.07.2008 οπότε η Ε.Α. γνωστοποίησε την πρόθεσή της για έρευνα επικεντρωμένη στην ΑΖ, να έχει απολέσει το δικαίωμά της και την αρμοδιότητά της για έλεγχο και έκδοση διοικητικής πράξης επί τη βάσει της έρευνας η οποία άρχισε στις 4.07.2001.

[27] Κατά την ΑΖ, οι νέες περί παραγραφής διατάξεις διατάξεις του ν. 3959/2011 (άρθρο 42 § 2), δεν εφαρμόζονται εν προκειμένω και, ελλείψει ειδικής νομοθετικής πρόβλεψης ή νομολογίας ως προς το ζήτημα αυτό, θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι υπό το προηγούμενο καθεστώς δεν υφίσταται η έννοια της διαρκούς ή κατ' εξακολούθηση παράβασης αλλά αφετηρία της παραγραφής είναι ο χρόνος διάπραξης της παράβασης και όχι ο χρόνος της τελευταίας από τις επαναλαμβανόμενες παραβάσεις. Περαιτέρω, κατά την ΑΖ, το διοικητικό διαφοροποιείται από το ποινικό δίκαιο και μια – έστω και επαναλαμβανόμενη διοικητική παράβαση – δεν περιβάλλεται τον τύπο διαρκούς παράβασης.

[28] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, Ενστάσεις, 7.Γ.2., σ. 246 επ.

ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις και του βαθμού πολυπλοκότητάς της – διατείνεται ότι η υπερβολική διάρκεια της πρώτης φάσης της διοικητικής διαδικασίας, καταλογιζόμενη στην αδράνεια της Ε.Α., και η έλλειψη αναφοράς επί μιας επταετίας (2001 έως 2008) σε στοχευμένη έρευνα κατά της ΑΖ, είχαν ως αποτέλεσμα να επηρεάσουν ουσιωδώς τη δυνατότητά της προς συλλογή αποδεικτικών στοιχείων[29]. Τέλος, σύμφωνα πάντοτε με την ΑΖ, σε περίπτωση που δεν ήθελε γίνει δεκτή η πρώτη ένσταση περί περιορισμού του εξεταζόμενου διαστήματος στην πενταετία προ της κοινοποιήσεως της Εισήγησης, θα πρέπει κατ' ακολουθίαν της ένστασης αυτής να περιορισθεί το διάστημα αυτό στην εν λόγω πενταετία λόγω του ότι αναφορικά με το προ αυτής διάστημα έχει αποδυναμωθεί το δικαίωμά της ΑΖ προς άμυνα λόγω παρελεύσεως του μέγιστου εύλογου χρόνου από τυχόν διάπραξη παραβάσεων.

18 Κατά την κρίση της Επιτροπής, όλοι οι προαναφερόμενοι ισχυρισμοί της ΑΖ περί (δήθεν) παραγραφής ή έλλειψης κατά χρόνο αρμοδιότητος για έκδοση απόφασης εις βάρος της, περί υπέρβασης του εύλογου χρόνου δράσης της διοίκησης και περί της επικαλούμενης αδυναμίας αποτελεσματικής άσκησης του δικαιώματος άμυνας είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι. Περαιτέρω, ο ισχυρισμός ότι η αρμοδιότητα της Επιτροπής για την επιβολή προστίμων – η οποία μάλιστα κρίνεται εντελώς επιβεβλημένη στις περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης (βλ. ενότητα περί δεσμεύσεων και περί επιβολής προστίμου με σχετική νομολογία) – έχει (δήθεν) υποπέσει σε παραγραφή είναι, επίσης, απορριπτέος ως αόριστος, δεδομένου ότι βασίζεται σε αφηρημένους και αόριστους ισχυρισμούς, χωρίς η εμπλεκόμενη επιχείρηση να τεκμηριώνει τις αιτιάσεις της περί (δήθεν) αδυναμίας αντίκρουσης συγκεκριμένων αποδεικτικών στοιχείων, παρότι έφερε το σχετικό βάρος απόδειξης[30]. Πέραν όμως της αοριστίας, δεν τίθεται εν προκειμένω κανένα ζήτημα παρέλευσης υπερβολικού χρόνου για λόγους που αποδίδονται στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, και η οποία να είχε επίπτωση στην ικανότητα των επιχειρήσεων να αμυνθούν αποτελεσματικά. Και τούτο, για τους ακόλουθους ιδίως λόγους:

19 Κατά πρώτον, λόγω του διαρκούς χαρακτήρα των διαπιστωθεισών παραβάσεων, η διάπραξη των οποίων ουδέποτε διακόπηκε (ούτε άλλωστε και η καθ' ης ισχυρίζεται, πολλώ δε μάλλον αποδεικνύει κάτι τέτοιο). Τουναντίον, αυτές συνεχίζονταν για διάστημα που υπερβαίνει τη δεκαπενταετία με υπαιτιότητα της καθ' ης (βλ. κατωτέρω ενότητες – ιδίως ενότητα περί διάρκειας των παραβάσεων). Πρόκειται, επομένως, για διαρκή παράβαση που εκτείνεται για σημαντικό διάστημα ακόμη και μετά την εκκίνηση της έρευνας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, την υποβολή της καταγγελίας και την έκδοση της Εισήγησης. Συνεπώς, ακόμη κι αν ήθελε υποτεθεί ότι οι διαδικαστικοί κανόνες περί παραγραφής διέπουν την επίδικη υπόθεση (εκδοχή, ωστόσο, που δεν συντρέχει εν προκειμένω, για τους ειδικότερους λόγους που εκτίθενται κατωτέρω), οι εξουσίες της Επιτροπής Ανταγωνισμού για την επιβολή προστίμου στην προκειμένη περίπτωση δεν θα είχαν υποπέσει σε παραγραφή (και επιπλέον δεν θα είχε

---

[29] Διατείνεται, σχετικώς, ότι κατά το χρονικό διάστημα των δώδεκα ετών, έχουν αποχωρήσει από την ΑΖ σημαντικά διευθυντικά στελέχη της, έχουν αντικατασταθεί μέλη της διοίκησής της, πρόσωπα που λόγω της ιδιότητάς τους στην ΑΖ είχαν επάρκεια γνώσεων προς αντίκρουση των συλλογισμών της Ε.Α. και έχουν ατονήσει οι μνήμες των προσώπων της ΑΖ που ασχολούνται με τα υπό εξέταση ζητήματα.

[30] Βλ. αναλ. απόφαση ΠΕΚ T-405/06 ArcelorMittal κλπ. κατά Επιτροπής, σκ. 167. Βλ. και ΔΕΚ C-113/04 P Technische Unie BV κατά Επιτροπής, σκ. 61-69 (οι οποίες, όμως, και πάλι προϋποθέτουν υπερβολική διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας για λόγους που αποδίδονται στη διοικητική αρχή, γεγονός που δεν συντρέχει σε καμία περίπτωση εν προκειμένω).

παρέλθει ο μέγιστος εύλογος χρόνος από τη διάπραξη των παραβάσεων), δεδομένου ότι η διαπιστωθείσα παράβαση δεν είχε προφανώς λήξει, ούτε βεβαίως και είχε παρέλθει πενταετία από τη λήξη της παράβασης έως και το πρώτο μέτρο έρευνας για τη διερεύνησή της. Ειδικότερα, η διαπιστωθείσα παράβαση στην κρινόμενη υπόθεση είναι ενιαία και διαρκής παράβαση και εκτείνεται από το Σεπτέμβριο του 1998 εντεύθεν, αδιαλείπτως. Όπως αναλυτικά εκτίθεται εν συνεχεία[31], η ΑΖ είχε υιοθετήσει και υλοποιούσε μια ενιαία, μακρόχρονη και στοχευμένη στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της. Οι υπό εξέταση αντιανταγωνιστικές πρακτικές υλοποιούνταν αδιαλείπτως από την καθ΄ ης χωρίς να έχουν παύσει έως σήμερα, είχαν κοινό αντικείμενο και αφορούσαν στα ίδια προϊόντα, και στοιχειοθετούν, ως σύνολο, μία ενιαία και διαρκή παράβαση. Η εμβέλεια, η χρονική αλληλουχία και η συμπληρωματικότητα των σχετικών καταχρηστικών πρακτικών, καθώς και η κοινή τους στόχευση στο πλαίσιο μιας μακρόχρονης στρατηγικής αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καθ' ης, καταδεικνύουν με σαφήνεια τον ενιαίο χαρακτήρα τους. Επομένως, ο διαρκής χαρακτήρας της διαπιστωθείσας παράβασης αποκλείει, εν προκειμένω, την παραγραφή ως προς την επιβολή προστίμου (ακόμη κι αν ήθελε υποτεθεί ότι υφίστατο μία τέτοια τυχόν δυνατότητα υπό το προϋπάρχον νομοθετικό πλαίσιο - βλ. αναλυτικότερα κατωτέρω)[32].

20 Εξάλλου, το γεγονός ότι η διαπιστωθείσα (διαρκής) παράβαση ανατρέχει στο έτος 1998 (τουλάχιστον) είναι αποκλειστικώς ευθύνη της καταγγελλόμενης και δεν νοείται καμία ευνοϊκή μεταχείρισή της για το λόγο αυτό.

21 Κατά δεύτερον, δεν συντρέχει εν προκειμένω περίπτωση τυχόν παρέλευσης υπερβολικού χρόνου για λόγους που αποδίδονται στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, και η οποία να είχε επίπτωση στην ικανότητα της ελεγχόμενης επιχείρησης να αμυνθεί[33].

22 Πιο συγκεκριμένα, κατά πάγια νομολογία, ο εύλογος χαρακτήρας της διάρκειας μιας διοικητικής διαδικασίας δεν μπορεί εκ των προτέρων και αφηρημένα να προσδιορισθεί σε απόλυτο μέγεθος, αλλά πρέπει να εξετάζεται σε συνάρτηση με τις περιστάσεις που χαρακτηρίζουν κάθε υπόθεση. Κρίνεται, δηλαδή, κατά περίπτωση, συνεκτιμώμενων του είδους της εκάστοτε διαπιστούμενης παράβασης, της πολυπλοκότητας των πραγματικών περιστατικών και του πλήθους των διερευνητέων στοιχείων[34] (όπως, άλλωστε, συνομολογεί και η ελεγχόμενη). Εν προκειμένω, δεν παρήλθε υπερβολικός χρόνος κατά το ερευνητικό στάδιο για λόγους που μπορεί να αποδοθούν στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, λαμβανομένων ιδίως υπόψη της εκτεταμένης χρονικά διάρκειας και μεγάλης εμβέλειας της

---

[31] Βλ. ιδίως ενότητα περί ενιαίου και διαρκούς χαρακτήρα της παράβασης.

[32] Το επιχείρημα της ΑΖ για το ότι τα ερωτηματολόγια της ΕΑ δήθεν δεν είχαν το απαραίτητο σαφές και εντοπισμένο στις αποδιδόμενες στην Εισήγηση παραβάσεις περιεχόμενο έχει απαντηθεί αναλυτικά ανωτέρω.

[33] Βλ. ενδεικτικά, απόφαση ΠΕΚ Τ-60/05 UFEX κατά Επιτροπής, σκ. 56-57: κατά πάγια νομολογία, για να αποδειχθεί προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας, περιλαμβανομένης της προσβολής λόγω της υπερβολικής διάρκειας του ερευνητικού σταδίου, θα πρέπει να αποδειχθεί ότι η δυνατότητα της επιχείρησης να αντικρούσει τις αιτιάσεις της αρχής ανταγωνισμού όντως περιορίστηκε για λόγους που οφείλονται στο γεγονός ότι το πρώτο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας ήταν χωρίς εύλογη αιτία μακρό. Βλ. και ΔΕφΑθ 3793/2012, σκ. 21.

[34] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΠΕΚ στις συνεκδ. υποθέσεις Τ-305/94, Τ-306-94, Τ-307/94, Τ-316/94, Τ-318/94, Τ-325/94, Τ-328/94, Τ-325/94, Τα-329/94, Τ-335/94, Limburgse Vinyl Maatschappij NV κ.αλ. κατά Επιτροπής , σκ.122 και 126. Βλ. επίσης αντί πολλών ΔΕφΑθ 3793/2012 και ΔΕφΑθ 1227/2013.

διαπιστωθείσας παράβασης, της ιδιαίτερης δυσχέρειας των υπό κρίση ζητημάτων (λόγω και της φύσης των επίδικων καταχρηστικών πρακτικών) και της συνακόλουθης διενέργειας πολύπλοκης έρευνας προς στοιχειοθέτησή της, του μεγάλου όγκου του αποδεικτικού υλικού (που περιλαμβάνει αναλύσεις των οικονομικών παροχών της ελεγχόμενης ανά αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση, τελικά σημεία πώλησης και χονδρεμπόρους), καθώς και της (εγγενούς) δυσχέρειας αποκάλυψης της παραβατικής συμπεριφοράς. Εξάλλου, η συνδρομή των προαναφερόμενων παραγόντων στην υπό κρίση υπόθεση προκύπτει ευθέως, κατά την κρίση της Επιτροπής, από το σκεπτικό της εισήγησης και της παρούσας απόφασης, αλλά και από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης εν γένει, ιδίως αναφορικά με την πληθώρα μέτρων έρευνας που έπρεπε να πραγματοποιηθούν προς διερεύνηση και στοιχειοθέτηση μιας ομολογουμένως σύνθετης παράβασης[35]. Επίσης, και πέραν της ουσιαστικής περιπλοκότητας της υπόθεσης, θα πρέπει να συνεκτιμηθεί και η δικονομική περιπλοκότητα αυτής που εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων, μεταξύ των οποίων η συσχέτιση δύο διαδικασιών έρευνας και σώρευση δύο υποθέσεων, καθώς και η δικαστική διαμάχη που ακολούθησε με ευθύνη της ελεγχόμενης επιχείρησης. Ειδικώς αναφορικά με τη δικαστική διαδικασία που μεσολάβησε, θα πρέπει πρωτίστως να συνεκτιμηθεί η πρακτική αδυναμία της Υπηρεσίας να συνεχίσει το έργο της επί τρία έτη και τρεις μήνες, δηλαδή από 30.10.2009 που εκδόθηκε η υπ’ άριθ. 96 πράξη του Προέδρου του Διοικητικού Εφετείου και για όσο χρόνο απαιτήθηκε για να ολοκληρωθεί η διαδικασία της προσφυγής ενώπιον του Διοικητικού Εφετείου και, στη συνέχεια, επί αναίρεσής της ενώπιον του Συμβουλίου της Επικρατείας κατά τα ειδικότερα ανωτέρω υπό ενότητα Ι εκτιθέμενα. Σε αντίθεση δε με όσα υπολαμβάνει η ελεγχόμενη περί (δήθεν) περιορισμένης επιβάρυνσης της διοικητικής διαδικασίας εξ αυτού του λόγου, επισημαίνεται ότι η Επιτροπή κατ’ ανάγκη απείχε, έως και την προπαρατεθείσα αμετάκλητη απόφαση του ΣτΕ, από την ολοκλήρωση και κοινοποίηση κοινής Εισήγησης στα μέρη, καθώς η τελευταία εξέταζε τη σχετική ως άνω καταγγελία από κοινού με την αυτεπάγγελτη έρευνα της Επιτροπής, και η έκδοση της εν λόγω Εισήγησης θα υπήρχε κίνδυνος να θεωρηθεί ότι συνιστά ένα μη αναστρέψιμο γεγονός (που θα ήταν δυνατό να εγείρει πολλαπλά διαδικαστικά ζητήματα σε περίπτωση που το Συμβούλιο της Επικρατείας άλλως έκρινε). Παρόλα αυτά, σημειώνεται ότι η Επιτροπή υποστήριξε σθεναρά τις θέσεις της σε όλα τα στάδια της διαδικασίας ενώπιον του Διοικητικού Εφετείου και του Συμβουλίου της Επικρατείας, μέχρι που αμετάκλητα δικαιώθηκε, αλλά όμως δεν μπορεί η καθ΄ης να επικαλείται προς όφελός της χρόνους που με δική της πρωτοβουλία έμειναν εκ των πραγμάτων ανενεργείς.

23 Αλλά ακόμη κι αν ήθελε θεωρηθεί ότι παρήλθε πολύς χρόνος κατά το ερευνητικό στάδιο για λόγους

[35] Περί της έκτασης και του τύπου των μέτρων έρευνας βλ. ενότητα Α.3 κατωτέρω (πρακτικές της καθ’ ης σε τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης). Όπως εκτίθεται εκεί, η ΓΔΑ συνέλεξε μεγάλο όγκο στοιχείων μέσω της διενέργειας 59 επιτόπιων ελέγχων και καταθέσεων που πραγματοποιήθηκαν σε δύο επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στην παραγωγή και εμπορία προϊόντων ζύθου, σε 23 χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, σε 33 επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σημείων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας καθώς και σε ένα σούπερ μάρκετ. Επιπλέον, η ΓΔΑ απηύθυνε 113 ερωτηματολόγια παροχής στοιχείων και συγκεκριμένα απηύθυνε 14 ερωτηματολόγια σε 4 ανταγωνίστριες της καθ’ ης, 31 ερωτηματολόγια σε 30 χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, 47 ερωτηματολόγια σε 42 επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σημείων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας και τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια απευθύνθηκαν σε 12 σούπερ μάρκετ, 3 διεθνείς όμιλους επιχειρήσεων παραγωγής και εμπορίας προϊόντων ζύθου καθώς και στα Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων 6 Πρεσβειών. Τα αποτελέσματα της έρευνας καταγράφηκαν στην Εισήγηση που κάνει ειδική αναφορά σε περίπου 50 key accounts και πάνω από 180 άλλα τελικά σημεία κατανάλωσης.

που μπορεί να αποδίδονται, μεταξύ άλλων, και στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή – υπόθεση, ωστόσο, που δεν στοιχειοθετείται εν προκειμένω κατά τα προεκτεθέντα, λαμβανομένων ιδίως υπόψη της μεγάλης εμβέλειας και διάρκειας της εξεταζόμενης παράβασης, των χαρακτηριστικών αυτής και της συνακόλουθης πολυπλοκότητας της έρευνας ως προς τη διαπίστωσή της, αλλά και την πολύχρονη δικαστική διαμάχη με ευθύνη της ΑΖ – τούτο δεν επέδρασε στην ικανότητα της ΑΖ να αμυνθεί αποτελεσματικά. Πιο συγκεκριμένα, η ελεγχόμενη είχε στη διάθεσή της όλα τα πραγματικά και νομικά στοιχεία για την αντίκρουση των αποδιδόμενων παραβάσεων στο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας, ενώ άσκησε πλήρως και τα διαδικαστικά της δικαιώματα κατά τις κείμενες διατάξεις. Επίσης, τόσο η Εισήγηση όσο και η απόφαση, στην προκειμένη περίπτωση βασίζεται, σε σημαντικό βαθμό, σε συμβάσεις της ίδιας της καθ' ης με ρητούς κατά περιεχόμενο όρους που περιλαμβάνονται σε αυτές, καθώς και σε έγγραφα στα οποία και η καταγγελλόμενη είχε άμεση πρόσβαση (αρκετά εξ αυτών προέρχονταν από την καθ' ης). Περαιτέρω, οι κοινοποιήσεις και τα στοιχεία από τις εντολές ελέγχου και τα υπόλοιπα μέτρα έρευνας προς την καθ' ης[36], της έδωσαν, κατά τα ανωτέρω, τη δυνατότητα να γνωρίζει, με αρκετή ακρίβεια, το αντικείμενο της έρευνας και τη σχετική αγορά και, επομένως, της δόθηκε η δυνατότητα να προσδιορίσει και να συλλέξει τυχόν απαλλακτικά αποδεικτικά στοιχεία. Συναφώς, μολονότι η καθ' ης προβάλλει τη (δήθεν) δυσχέρεια συλλογής αποδεικτικών στοιχείων, αναφέροντας αφηρημένως ότι οι προσωπικές αναμνήσεις των οικείων προσώπων έχουν καταστεί πιο αόριστες, δεν θεμελιώνει ωστόσο τον ισχυρισμό αυτό με συγκεκριμένα στοιχεία και, ειδικότερα, δεν προσδιορίζει τους λόγους για τους οποίους ήταν κρίσιμο να επικαλεστεί τις αναμνήσεις τους, τους λόγους για τους οποίους δεν μπόρεσε να απευθυνθεί σε αυτούς, όπως αποτάνθηκε σε πληθώρα καταστημάτων και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων για τη συλλογή μαρτυριών, καθώς και τις περιστάσεις για τις οποίες δεν ήταν πλέον δυνατό να συλλέξει πληροφορίες με άλλους τρόπους[37]. Εναπόκειτο, επίσης, κατά μείζονα λόγο σε εκείνη να ενεργήσει με τη δέουσα επιμέλεια και να λάβει τυχόν όλα τα χρήσιμα και αναγκαία εκείνα μέτρα για να διατηρήσει τα στοιχεία που ευλόγως είχε στη διάθεσή της, προς αντίκρουση τυχόν διοικητικών ερευνών ή δικαστικών ερευνών, πολλώ δε μάλλον όταν γνώριζε τη διενεργούμενη έρευνα, όπως προαναφέρθηκε[38]. Υπό τις συνθήκες αυτές, δεν μπορεί να γίνει δεκτός ο ισχυρισμός της καθ' ης ότι δεν είχε πληροφορηθεί, από την αρχή της έρευνας, το αντικείμενό της καθώς και τις τυχόν αιτιάσεις της Επιτροπής εναντίον της, οπότε δεν μπορούσε να προετοιμάσει την άμυνά της και να συγκεντρώσει τα απαλλακτικά στοιχεία τα οποία διέθετε. Αντιστοίχως, αλυσιτελώς προβάλλεται από την ΑΖ και το επιχείρημά περί (δήθεν) αποδυνάμωσης της άμυνάς της, δεδομένου ότι τα περιστατικά σχετικά με τα πρόσωπα, καθώς και οι μαρτυρίες των προσώπων που επικαλείται κατά τα ανωτέρω η καθ' ης[39], έχουν ήδη καταγραφεί και αποτελούν

---

[36] Βλ. Απόφαση ΓενΔικ της 16.06.2011, υπόθεση T-240/07, Heineken Nederland BV, Heineken NV, κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 298 επ.

[37] Βλ., υπ' αυτή την έννοια, απόφαση Technische Unie κατά Επιτροπής, σκέψη 286 ανωτέρω, σκέψη 64.

[38] Βλ. συναφώς απόφαση Nederlandse Federatieve Vereniging voor de Groothandel op Elektrotechnisch Gebied και Technische Unie κατά Επιτροπής, σκ. 245 ανωτέρω, σκ. 87.

[39] Αναφερόμενη ιδίως σε στελέχη όπως ο […] που αποχώρησε το […]- και ο […] που κατέλαβε την ίδια θέση από το […] έως το […] και ακολούθως […] μέχρι τις αρχές το […], ενώ στη θέση αυτή τον διαδέχθηκε ο […] -υψηλόβαθμο στέλεχος και προγενέστερα- καθώς και άλλων εμπλεκόμενων στις πρακτικές στελεχών της - Βλ. κατωτέρω.

στοιχείο του φακέλου ή θα μπορούσαν να καταγραφούν και από την καθ' ης. Εξάλλου, τα ίδια αυτά μεμονωμένα στελέχη που αναφέρει η AZ κατείχαν θέσεις στην εταιρία σε χρόνο, κατά τον οποίο η καθ' ης γνώριζε ότι ελέγχεται και κατά τον οποίο συνεχίζονταν οι επίμαχες πρακτικές. Κατά πάγια δε πρακτική, όπως και στην προκειμένη περίπτωση, κατά τη διάρκεια των επιτόπιων ελέγχων παραδίδεται στην ελεγχόμενη επιχείρηση κατάλογος των ληφθέντων εγγράφων (η οποία άλλωστε τηρεί και τα πρωτότυπα) και η ελεγχόμενη επιχείρηση μπορεί, επομένως, να επικεντρώσει την έρευνα και συνακόλουθη άμυνά της στα εν λόγω πειστήρια. Άλλωστε, και ανεξαρτήτως της αξιολόγησης των καταθέσεων εκπροσώπων της (μεταξύ των οποίων και στελεχών όπως ο τότε […][40] και […], των οποίων την αποχώρηση επικαλείται η AZ, και οι οποίοι και είχαν ιδία αντίληψη πολλών από τα πραγματικά περιστατικά που μνημονεύονται στην εισήγηση) κατά τη διαδικασία, σε χρόνο δηλαδή παράλληλο με τις υπό έρευνα παραβάσεις, των οποίων αντίγραφα έχει στην κατοχή της η καθ΄ης, τα μέρη συγκέντρωσαν και προσκόμισαν και ανταποδείξεις, συμπεριλαμβανομένων οικονομικών στοιχείων, ενόρκων βεβαιώσεων, κ.ά., προς αντίκρουση των αποδιδόμενων παραβάσεων. Ενόψει όλων των προαναφερόμενων σκέψεων, οι ισχυρισμοί της ελεγχόμενης περί (δήθεν) προσβολής των δικαιωμάτων άμυνας, λόγω της παρατεταμένης διάρκειας της διοικητικής διαδικασίας, δεν δύναται να στοιχειοθετηθούν στις περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης, ούτε και η καθ' ης απέδειξε κάτι τέτοιο.

24 Σε συνέχεια των προαναφερόμενων σκέψεων, επισημαίνεται ότι, κατά πάγια νομολογία, για να αποδειχθεί προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας, περιλαμβανομένης της προσβολής λόγω της υπερβολικής διάρκειας του ερευνητικού σταδίου, θα πρέπει να αποδειχθεί ότι η δυνατότητα της επιχείρησης να αντικρούσει τις αιτιάσεις της αρχής ανταγωνισμού πράγματι περιορίστηκε για λόγους που οφείλονται στο γεγονός ότι το πρώτο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας ήταν χωρίς εύλογη αιτία μακρό[41]. Εν προκειμένω, ωστόσο, καμία βλάβη τέτοιου είδους δεν συντρέχει ως προς την ελεγχόμενη (ούτε και στοιχειοθετήθηκε από την ελεγχόμενη), κατά τα προεκτεθέντα. Συναφώς, η εμπλεκόμενη επιχείρηση πρέπει να τεκμηριώνει τις αιτιάσεις της περί (δήθεν) αδυναμίας αντίκρουσης συγκεκριμένων αποδεικτικών στοιχείων, φέροντας το σχετικό βάρος απόδειξης, προϋποτίθεται δε υπερβολική διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας για λόγους που αποδίδονται στη διοικητική αρχή – γεγονός όμως που δεν συντρέχει σε καμία περίπτωση εν προκειμένω (βλ. ανωτέρω)[42]. Πέραν δηλαδή της αοριστίας, δεν τίθεται κανένα ζήτημα τυχόν παρέλευσης υπερβολικού χρόνου για λόγους που αποδίδονται στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, και η οποία να είχε επίπτωση στην ικανότητα των

---

[40] Σε σχέση ειδικά με τον […] και […], υπάρχει άλλωστε ρητή καταγραφή των απαντήσεών του στο από 21.07.2008 έγγραφο που υπογράφεται από εκπροσώπους της AZ και έχει η τελευταία στην κατοχή της.

[41] Βλ. αναλ. αποφάσεις ΠΕΚ στις συνεκδ. υποθέσεις T-305/94, T-306-94, T-307/94, T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-325/94, Tα-329/94, T-335/94, Limburgse Vinyl Maatschappij NV κ.αλ. κατά Επιτροπής, και πάγια εντεύθεν ενωσιακή νομολογία (ενδεικτικά, αποφάσεις ΔΕΚ 201/09P και ΔΕΚ C-216/09 P ArcelorMittal κατά Επιτροπής, σκ. 118, ΔΕΚ C-113/04P Technische Unie BV κατά Επιτροπής, σκ. 60, 61, ΔΕΚ C-167/04P JCB Service κατά Επιτροπής, σκ. 64, ΠΕΚ T-60/05 UFEX κατά Επιτροπής, σκ. 56-57 κ.αλ.).

[42] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-405/06 ArcelorMittal κλπ. κατά Επιτροπής, σκ. 167 καθώς και ΔΕΚ C-113/04 P Technische Unie BV κατά Επιτροπής, σκ. 61-69 (οι οποίες, όμως, και πάλι προϋποθέτουν υπερβολική διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας για λόγους που αποδίδονται στη διοικητική αρχή, γεγονός που δεν συντρέχει όμως εν προκειμένω).

επιχειρήσεων να αμυνθούν αποτελεσματικά[43]. Στο πλαίσιο αυτό, δεν μπορεί να γίνει δεκτό το επιχείρημα περί αδυναμίας αποτελεσματικής άσκησης του δικαιώματος άμυνας. Ούτε και ευλόγως μπορεί να αποδοθεί στην Επιτροπή Ανταγωνισμού ευθύνη σχετικά με την επικαλούμενη αυτή αδυναμία (η οποία πάντως προβάλλεται αβασίμως, όπως προαναφέρθηκε). Σε κάθε περίπτωση, η πλήρης άσκηση στην πράξη από μέρους της καθ' ης των διαδικαστικών της δικαιωμάτων κατά τις κείμενες διατάξεις καταδεικνύει, εν προκειμένω, ότι αυτή άσκησε αποτελεσματικά τα δικαιώματα άμυνάς της.

25 Περαιτέρω, και ειδικά ως προς το θέμα της επικαλούμενης παραγραφής, υπογραμμίζεται ότι ο ν. 703/1977, όπως ίσχυε, δεν προέβλεπε ουδεμία προθεσμία παραγραφής, ούτε βεβαίως, βάσει των γενικών αρχών του δικαίου, μπορούσε αυτή να συναχθεί εκ της σιωπής του νόμου. Περαιτέρω, ακόμη και μετά τη θέση σε ισχύ του ν. 3959/2011, ο οποίος θέσπισε για πρώτη φορά τη δυνατότητα παραγραφής ως προς την επιβολή κυρώσεων (άρθρο 42), ο νομοθέτης ρητά πρόβλεψε, με ειδική μεταβατική διάταξη (άρθρο 50, παράγραφος 6), ότι η σχετική παραγραφή δεν καταλαμβάνει τις παραβάσεις που έχουν τελεστεί πριν την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 και έχουν αποτελέσει αντικείμενο καταγγελίας ή αυτεπάγγελτης έρευνας, όπως η προκειμένη περίπτωση. Άλλωστε, σε κάθε περίπτωση, ακόμη και βάσει της παρ. 2 του άρθρου 42, αν μία παράβαση είναι διαρκής ή έχει διαπραχθεί κατ' εξακολούθηση, η παραγραφή αρχίζει από την ημέρα παύσης της παράβασης[44]. Η γραμματική, τελολογική και συστηματική ερμηνεία των εν λόγω διατάξεων δεν καταλείπει αμφιβολία ως προς το προϊσχύον νομικό καθεστώς (ανυπαρξία παραγραφής), ούτε και ως προς τη βούληση του νομοθέτη για τη ρύθμιση των εκκρεμών, ενώπιον της Επιτροπής, υποθέσεων.

26 Εξάλλου, η όλως επιλεκτική επίκληση από την ΑΖ του άρθρου 25 του Κανονισμού 1/2003 (αναφορικά με την προθεσμία παραγραφής των εξουσιών της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων) δεν αναιρεί τις ως άνω διαπιστώσεις. Και τούτο, διότι, όπως αποδέχεται και η καθ' ης, οι σχετικές αυτές διατάξεις ρητώς αναφέρονται, αποκλειστικά και μόνον, στις σχετικές εξουσίες που έχουν ανατεθεί στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή, και όχι σε εκείνες των εθνικών αρχών ανταγωνισμού των κρατών μελών (ακόμη και στην περίπτωση που οι τελευταίες εφαρμόζουν παράλληλα εθνικό και ενωσιακό δίκαιο του ανταγωνισμού). Η όποια τυχόν ρύθμιση θεμάτων παραγραφής ή/και κατά χρόνο αναρμοδιότητας διέπεται από την αρχή της διαδικαστικής αυτονομίας των κρατών μελών και την αρχή της κατ' απονομήν αρμοδιοτήτων[45]. Έτσι, η αρχή της αυτονομίας των κρατών μελών επί διαδικαστικών θεμάτων διέπει τις περιπτώσεις κατά τις οποίες τα δικαστήρια ή/και οι διοικητικές αρχές των κρατών μελών καλούνται να εφαρμόσουν το δίκαιο της Ένωσης, όπως και στην προκειμένη περίπτωση. Κατά συνέπεια, και δεδομένων των εθνικών διαδικαστικών ρυθμίσεων που προαναφέρθηκαν, η αρμοδιότητα της Επιτροπής Ανταγωνισμού να επιβάλει πρόστιμα για τη διαπιστωθείσα παράβαση, όχι μόνον των εθνικών, αλλά και των ενωσιακών διατάξεων του ανταγωνισμού (102 ΣΛΕΕ), δεν έχει παραγραφεί, και οι περί του αντιθέτου ισχυρισμοί της ΑΖ είναι απορριπτέοι.

---

[43] Βλ. απόφαση ΕΑ 580/VII/2013 (ΤΖΑΒΕΣ κ.ά. κατά ΓΕΡΜΑΝΟΣ ΑΒΕΕ).

[44] Έτσι, ακόμη και αν ήθελε υποτεθεί ότι υφίσταται τυχόν νομική δυνατότητα παραγραφής– και πάλι δεν θα συνέτρεχαν οι λόγοι παραγραφής ως προς την επιβολή προστίμου που επικαλείται η ΑΖ.

[45] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-550/07P, Akzo Nobel Chemicals, σκ. 102. Βλ. επίσης ΔΕφΑθ 3793/2012, σκ. 21.

27 Επομένως, οι ενστάσεις της ΑΖ περί ανάγκης περιορισμού του εξεταζόμενου διαστήματος στην πενταετία προ της κοινοποιήσεως της Εισήγησης ή περιορισμού του εν λόγω διαστήματος στην πενταετία αυτή, λόγω της δήθεν αποδυνάμωσης του δικαιώματος της ΑΖ προς άμυνα είναι απορριπτέες ως αβάσιμες. Συναφώς, η ερμηνεία της ΑΖ για υπολογισμό του χρόνου της παραγραφής με αφετηρία την ημερομηνία κοινοποίησης της Εισήγησης δεν έχει κανένα νομικό έρεισμα. Το ίδιο ισχύει για τους ισχυρισμούς της ΑΖ περί δήθεν μη διακοπής της (υποτιθέμενης) παραγραφής από τις εν λόγω εντολές ελέγχου και τα λοιπά ερευνητικά μέτρα, τη στιγμή μάλιστα που, σε κάθε περίπτωση, δεν είχε παρέλθει καν διάστημα πενταετίας, ακόμη κι αν γίνονταν τυχόν δεκτοί οι σχετικοί ισχυρισμοί της, οι οποίοι επίσης δεν ευσταθούν και δεν τίθεται ζήτημα παραγραφής κατά τα προεκτεθέντα.

28 Για την πληρέστερη εξέταση της σχετικής ένστασης, σημειώνεται ότι ούτε και από τις γενικές αρχές / διατάξεις του διοικητικού δικαίου μπορεί να συναχθεί άνευ έτερου ότι μια διοικητική αρχή δεν έχει τη δυνατότητα επιβολής κύρωσης μετά την παρέλευση πενταετίας. Άλλωστε, απόλυτος χρονικός περιορισμός συνδεόμενος με την πενταετία δεν προκύπτει ούτε και από την υποχρέωση της διοίκησης να δρα εντός ευλόγου χρόνου. Και τούτο διότι, όπως προαναφέρθηκε, ο εύλογος χαρακτήρας της διάρκειας μιας διοικητικής διαδικασίας εξετάζεται σε συνάρτηση με τις περιστάσεις που χαρακτηρίζουν κάθε υπόθεση, συνεκτιμώμενου του είδους της εκάστοτε διαπιστούμενης παράβασης, της πολυπλοκότητας των πραγματικών περιστατικών και του πλήθους των διερευνητέων στοιχείων, κατά πάγια εθνική και ενωσιακή νομολογία (βλ. σχετικές παραπομπές ανωτέρω). Επομένως, αναλόγως της περίπτωσης, είναι δυνατή η επιβολή κύρωσης ακόμα και μετά την παρέλευση τυχόν πενταετίας[46]. Προς την ίδια κατεύθυνση προβάλλονται, επίσης, επιχειρήματα που συνδέονται με λόγους δημοσίου συμφέροντος, όπως η διαφύλαξη της εύρυθμης λειτουργίας της αγοράς και η προστασία του επενδυτικού κοινού[47]. Συνεπώς, γίνεται δεκτό ότι σε περιπτώσεις, όπως η προκείμενη, και για λόγους που συνδέονται πρωτίστως με το δημόσιο συμφέρον, δεν τίθεται θέμα παραγραφής και κατά χρόνο αναρμοδιότητας, άλλως υπέρβασης του εύλογου χρόνου ως προς την άσκηση της εποπτικής αρμοδιότητας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, βάσει γενικών αρχών του δικαίου (όπως αβασίμως υπολαμβάνει η ΑΖ). Πολλώ δε μάλλον, όταν πρόκειται για παράβαση μεγάλης εμβέλειας και διάρκειας, με σύνθετα χαρακτηριστικά που απαιτούν συνακόλουθα τη διενέργεια πολύπλοκης έρευνας προς στοιχειοθέτησή της, ενώ έχει μεσολαβήσει και πολύχρονη δικαστική διαμάχη με ευθύνη της ελεγχόμενης επιχείρησης (στοιχεία που συντρέχουν στην προκειμένη περίπτωση, όπως προαναφέρθηκε). Σε κάθε περίπτωση, όπως επίσης προαναφέρθηκε, δεν νοείται παραγραφή της δυνατότητας επιβολής προστίμου για διαπιστωθείσα ενιαία και διαρκή παράβαση[48], οι εκφάνσεις της οποίας δεν έχουν ακόμη παύσει.

29 Ενόψει των προαναφερόμενων σκέψεων, απορριπτέοι ως αβάσιμοι είναι οι ισχυρισμοί της ελεγχόμενης περί (δήθεν) παραβίασης της ασφάλειας δικαίου και της προστατευόμενης εμπιστοσύνης του

---

[46] Βλ. ΔΕφΑθ 2410/2009, σκ.23 και ΔΕφΑθ 2595/2013.

[47] Βλ. ΣτΕ 3262/2011 (οι παραδοχές της οποίας ισχύουν κατά μείζονα λόγο στο μέτρο που ο ν. 703/1977 δεν προέβλεπε εν γένει προθεσμία για την άσκηση των κυρωτικών αρμοδιοτήτων της Επιτροπής Ανταγωνισμού), καθώς και ΣτΕ 3915-3918/2011. Βλ. επίσης ΔΕφΑθ 3831/2013 και ΔΕφΑθ 3356/2013.

[48] Βλ. κατωτέρω ενότητα περί ενιαίου και διαρκούς χαρακτήρα της παράβασης.

διοικουμένου, αλλά και η επίκληση εκ μέρους της ΑΖ ότι προ του ν. 3959/2011 (δήθεν) δεν νοείται διάπραξη διαρκούς διοικητικής παράβασης, επειδή αυτό δεν προβλέπεται ειδικά σε νόμο. Και τούτο, βεβαίως, διότι η έννοια της ενιαίας και διαρκούς παράβασης είναι θεμελιώδης και αναγνωρίζεται παγίως, τόσο στο εθνικό, όσο και στο ενωσιακό δίκαιο. Και διότι είναι προφανές ότι – με δεδομένο ότι δεν προβλεπόταν καμία παραγραφή στο προ του ν. 3959/2011 νομικό καθεστώς – δεν υπήρχε και οποιοσδήποτε λόγος για ρύθμιση της (ούτως ή άλλως μη προβλεπόμενης) παραγραφής ως προς τις διαρκείς παραβάσεις. Συναφώς, απορριπτέα είναι και η αιτίαση περί διαφοροποίησης του διοικητικού από το ποινικό δίκαιο, την οποία γενικόλογα επικαλείται η ΑΖ για να στηρίξει ότι μια επαναλαμβανόμενη διοικητική παράβαση δεν περιβάλλεται τον τύπο διαρκούς παράβασης, δεδομένου ότι δεν έχει έρεισμα στην ως άνω εκτιθέμενη νομολογία, αλλά και ούτε στη ρητή διατύπωση και ερμηνεία του νόμου. Τέλος, σε σχέση με την επιλεκτική και επικουρική επίκληση του άρθρου 42 ν. 3959/2011 και του άρθρου 25 του Κανονισμού 1/2003 (σε σχέση ιδίως με τη δεκαετία από την τέλεση της παράβασης ως επικαλούμενο όριο παραγραφής), αρκούν τα όσα εκτίθενται ανωτέρω αναφορικά με τη δικονομική αυτονομία των κρατών μελών, αλλά και αναφορικά με τη σαφή γραμματική, τελολογική και συστηματική ρύθμιση που περιέχει ο ν. 3959/2011 στα άρθρα 42 και 50.

30 Εν κατακλείδι, στην κρινόμενη υπόθεση δεν τίθεται κανένα ζήτημα τυχόν παρέλευσης υπερβολικού χρόνου για λόγους που αποδίδονται στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, και το οποίο να είχε επίπτωση στην ικανότητα των επιχειρήσεων να αμυνθούν αποτελεσματικά, ενώ και οι εξουσίες της Επιτροπής για την επιβολή προστίμου δεν έχουν παραγραφεί, ούτε βεβαίως και η δυνατότητά της να διαπιστώσει παράβαση των κείμενων εθνικών και ενωσιακών διατάξεων[49]. Εν προκειμένω, μάλιστα, η επιβολή προστίμων είναι επιβεβλημένη, λαμβανομένων υπόψη της ιδιαίτερης σοβαρότητας και μεγάλης διάρκειας της διαπιστωθείσας παράβασης – βλ. κατωτέρω.

Β. Δικαίωμα συμμετοχής της «Μύθος Ζυθοποιία ΑΕ» ως καταγγέλλουσας στην ενώπιον της Ε.Α. διαδικασία

31 Η καθ’ ης ισχυρίζεται ότι[50] η καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία που κατατέθηκε στην Ε.Α. στις 29.12.2006 αναφέρεται σε γεγονότα με χρονικό σημείο αναφοράς προ της ημερομηνίας κατάθεσης της καταγγελίας, ότι τα από 30.03.2007, 29.10.2007 και 6.03.2008 συμπληρωματικά έγγραφα της Μύθος Ζυθοποιία αναφέρονται στην αρχική καταγγελία της και ότι έκτοτε η Μύθος Ζυθοποιία απαντούσε στα ερωτηματολόγια της ΓΔΑ ως απλός τρίτος, και διατείνεται ότι η Επιτροπή στερείται της αρμοδιότητας κατά χρόνο να εξετάσει και να εκδώσει οποιαδήποτε δυσμενή διοικητική πράξη με χρονικό σημείο αναφοράς προ της 07.09.2008 και είχε υποχρέωση να εκδώσει απόφαση για την ως άνω καταγγελία (άρθρο 24 § 4 ν. 703/77), εντός οκτώ μηνών από την κατάθεσή της. Η ΑΖ αναγνωρίζει ότι η εν λόγω προθεσμία προς ενέργεια είναι ενδεικτική και όχι αποκλειστική (ΔΕφΑθ 458/2011), εν τούτοις, διατείνεται ότι η έκδοση αποφάσεως επ’ αυτής δεν δύναται να απέχει μη εύλογο χρόνο από την κατάθεσή της και δη πενταετία (ΔΕφΑθ 458/2011). Κατά την ΑΖ, η καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία

---

[49] Βλ. απόφαση ΕΑ 563/VII/2013 επί της αυτεπάγγελτης έρευνας στην εγχώρια αγορά της κρεοπαραγωγού πτηνοτροφίας, σκ. 229 επ.

[50] Στο από 4-03-2014 υπόμνημά της (Ενστάσεις, 7.Β, σ. 240 επ.), ένσταση η οποία αναπτύχθηκε και κατά τη συνεδρίαση της 21.03.2014.

καθίσταται επομένως άνευ αντικειμένου και ο ρόλος της θα πρέπει να περιορισθεί σε εκείνον του τρίτου.

32 Ο ισχυρισμός αυτός αβασίμως προβάλλεται και πρέπει να απορριφθεί με βάση όσα ήδη ανωτέρω εκτέθηκαν, ως ερειδόμενος στη δήθεν απώλεια της κατά χρόνο αρμοδιότητας της Ε.Α. για «να εξετάσει και να εκδώσει οποιαδήποτε δυσμενή διοικητική πράξη με χρονικό σημείο αναφοράς προ της 7.09.2008». Αρκεί να αναφερθεί ότι, σύμφωνα με πάγια νομολογία[51], δεν υποκύπτει σε παραγραφή και δεν συνιστά παράβαση των αρχών της ασφαλείας του διοικουμένου και της προστατευομένης εμπιστοσύνης του προς την Διοίκηση η απόφαση περί επιβολής προστίμου, εφόσον η εφαρμοστέα διάταξη του νόμου, ενόψει και του σκοπού δημοσίου συμφέροντος, στον οποίο αποβλέπει, δεν θεσπίζει συγκεκριμένη αποκλειστική προθεσμία, εντός της οποίας η Αρχή υποχρεούται να ασκήσει την αρμοδιότητά της να επιβάλει πρόστιμο σε περίπτωση διαπιστώσεως παραβάσεως και επιπλέον, αποδυνάμωση δικαιώματος δεν γίνεται δεκτή[52], ενώ η αρχή της προστατευομένης εμπιστοσύνης δεν έχει εφαρμογή προκειμένου περί επιβολής διοικητικής κυρώσεως για παράβαση νόμου[53]. Ειδικότερα, γίνεται δεκτό ότι η διαδικασία διάγνωσης της παράβασης των κανόνων περί προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού και της έκδοσης αποφάσεως από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, η οποία τίθεται σε κίνηση από την τελευταία, απαιτεί κατά κανόνα περισσότερο χρόνο από τον αναφερόμενο στη διάταξη του άρθρου 24 παρ. 4 του ν. 703/1977. Έτσι, από την τελευταία διάταξη συνάγεται ότι οι προθεσμίες που προβλέπει αυτή έχουν ενδεικτικό και όχι αποκλειστικό χαρακτήρα[54], συνιστάμενο στην έντονη υπόδειξη προς την Επιτροπή για τη σύντομη περαίωση όλων των διαδικασιών και την έκδοση οριστικής αποφάσεως το ταχύτερο δυνατόν. Αλλά και αν ακόμη ήθελε θεωρηθεί ότι, παρόλο που δεν προβλέπεται αποκλειστική προθεσμία, εντός της οποίας μπορεί η Επιτροπή να ασκήσει την ανωτέρω αρμοδιότητά της, εν πάση περιπτώσει η σχετική πράξη πρέπει να εκδίδεται εντός ευλόγου χρόνου από την τέλεση της παραβάσεως, στην προκειμένη περίπτωση δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι παρήλθε ο εύλογος χρόνος από την τέλεση των αποδιδομένων παραβάσεων, δεδομένου ότι αυτές δεν είχαν παύσει κατά τα ανωτέρω καθόλη τη διάρκεια εξέτασης της καταγγελίας (βλ. σχετικώς και Ένσταση Α ανωτέρω). Η δε εξέταση της παρούσας υπόθεσης απαίτησε εν προκειμένω σύνθετη νομική και οικονομική διερεύνηση, διενέργεια πολλαπλών ελέγχων και ερευνών από την υπηρεσία, συλλογή πλήθους εγγράφων στοιχείων και εξέταση μαρτύρων, σύνταξη εμπεριστατωμένης πολυσέλιδης εισηγήσεως, υποβολή αυτής στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και στα μέρη με την εκ του νόμου προθεσμία μετά την κλήτευση, και έκδοση της αιτιολογημένης απόφασης, μετά από το πέρας της σχετικής ακροαματικής διαδικασίας και αλλεπάλληλες διασκέψεις και αξιολόγηση των συλλεγέντων στοιχείων και δη ογκωδών φακέλων της υπόθεσης (μεταξύ των οποίων και των πρακτικών των συνεδριάσεων), σε συνδυασμό προς τους ισχυρισμούς των ενδιαφερόμενων εταιριών που παραστάθηκαν ενώπιον της.

33 Πέραν αυτού, σημειώνεται ότι ούτως ή άλλως δεν νοείται απώλεια της δυνατότητας εξέτασης της

---

[51] Βλ. ΣτΕ 3915-3918 κ 3920/2011.

[52] Πρβλ. ΣτΕ. 3727-3739/1997, σκ. 9.

[53] Πρβλ. Σ.τ.Ε. 3920/2006.

[54] Πρβλ. άρθρο 10 παρ. 5 του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας. Βλ. επίσης ενδεικτικά ΔΕφΑθ 458/2011, σκ. 29.

υπόθεσης καθώς ακόμη και με το μετέπειτα ισχύσαν για τις νεοεισαγόμενες και μόνον υποθέσεις καθεστώς, η παραγραφή αναφέρεται αποκλειστικά στην επιβολή προστίμων (και όχι στη διαπίστωση της παράβασης). Δεν νοείται, επίσης, υπό οποιανδήποτε εκδοχή, απώλεια της άπαξ αποκτηθείσης ιδιότητας του καταγγέλοντος και τη μετατροπή του σε τρίτο με την εντεύθεν μείωση των διαδικαστικών του δικαιωμάτων ή μερική αποβολή του από τη διαδικασία, αφ' ης στιγμής έχει καταστεί μέρος της τελευταίας με την έγκυρη υποβολή καταγγελίας. Τέλος, δεν νοείται να επικαλείται υπέρ εαυτής η ελεγχόμενη την απώλεια ικανού χρόνου τριών και πλέον ετών από την δική της παρελκυστική, κατ' ανωτέρω, τακτική, με την άσκηση προσφυγών για ένα απλό διαδικαστικό ζήτημα[55], η επίλυση του οποίου υπέρ των απόψεων της Επιτροπής θα είχε οδηγήσει την ολοκλήρωση της διαδικασίας ενώπιον της τελευταίας από το 2009 (ή το 2010, αν η καθ' ης αποδέχονταν την απόφαση του Διοικητικού Εφετείου και δεν ασκούσε αναίρεση με αίτημα αναστολής της ισχύος της αποφάσεως της Επιτροπής).

Γ. Ένσταση ΑΖ περί προσβολής των δικαιωμάτων άμυνας της ΑΖ / Προσβολής του δικαιώματος πρόσβασης στο φάκελο και παραβίασης ουσιώδους τύπου της διαδικασίας

34 Η καθ' ης ισχυρίζεται περαιτέρω ότι[56] προσβλήθηκε το δικαίωμα πρόσβασης στα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης και κατ' επέκταση τα δικαιώματα άμυνάς της.

35 Η εν λόγω ένσταση είναι απορριπτέα ως αβάσιμη, δεδομένου ότι στην καθ' ης χορηγήθηκε, όπως προαναφέρθηκε, εκτενέστατη πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου, και της επιτράπηκε η πλήρης αντίκρουση των αιτιάσεων της υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 9704/11.12.2013 Έκθεσης, ενώ τηρήθηκαν και όλες οι κείμενες διατάξεις για την πλήρη διευκόλυνσή της για την ακώλυτη άσκηση του υπερασπιστικού της έργου πάντοτε μέσα στα πλαίσια του νόμου.

36 Επισημαίνεται, ειδικότερα, ότι το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο της υπόθεσης δεν είναι απόλυτο. Τα μέρη, και ιδίως οι επιχειρήσεις κατά των οποίων στρέφονται τυχόν καταγγελίες, πρέπει να είναι σε θέση να λαμβάνουν γνώση των πληροφοριακών στοιχείων που περιλαμβάνονται στο φάκελο της υπόθεσης, προκειμένου να μπορούν να διατυπώσουν ουσιαστικά τις απόψεις τους επί των προκαταρκτικών συμπερασμάτων που αναφέρονται στην εισήγηση. Ωστόσο, δεν υφίσταται υποχρέωση των αρχών ανταγωνισμού να αποκαλύπτουν στα μέρη το σύνολο του περιεχομένου του φακέλου κάθε υπόθεσης[57]. Πιο συγκεκριμένα, κατά πάγια πρακτική και νομολογία, το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο δεν επεκτείνεται στο επιχειρηματικό απόρρητο, στις πληροφορίες εμπιστευτικού χαρακτήρα[58]

---

[55] Παρότι ήταν σαφές ότι, όπως αναφερόταν και στο σχετικό αίτημα συνεκδίκασης προς την ΕΑ, οι δύο υποθέσεις αφορούσαν ταυτόσημες πιθανολογούμενες παραβατικές συμπεριφορές, και υφίσταντο τόσο λόγοι δημοσίου συμφέροντος όσο και οικονομίας της διαδικασίας και εξοικονόμησης διοικητικών πόρων που επέτασσαν τη συνεκδίκαση των προαναφερόμενων υποθέσεων, ενώ, σε κάθε περίπτωση, όπως προκύπτει και από τη διατύπωση του άρθρου 18 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Ε.Α., η απόφαση αυτή λαμβάνεται από την ΕΑ κατά τη διακριτική της ευχέρεια.

[56] Βλ. ιδίως Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, Ενστάσεις, 7.Γ/Γ.1, σ. 241 επ.

[57] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Τσακίρης κ. Tasty), επικυρωθείσα από τη ΔΕφΑθ 869/2013, καθώς και ΕΑ 369/V/2007, σκ. 68 επ. και αποφάσεις ΔΕΚ στις υποθέσεις C-43/82 και 63/82, VBVB & VBBB κατά Επιτροπής, Συλλ. 1984, σελ. 19, σκ. 25, καθώς και C-62/86, Akzo κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 16.

[58] *Επιχειρηματικά απόρρητα* είναι τα μέρη των εγγράφων που περιέχουν επαγγελματικά μυστικά τα οποία χρήζουν ειδικής

και στα εσωτερικά έγγραφα της Επιτροπής Ανταγωνισμού ή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των αρχών ανταγωνισμού των κρατών μελών, καθώς και στη μεταξύ τους αλληλογραφία[59]. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να σταθμίζεται κάθε φορά αφενός το δικαίωμα άμυνας των καταγγελλόμενων επιχειρήσεων, και αφετέρου το δικαίωμα προστασίας των απορρήτων και των λοιπών εμπιστευτικών πληροφοριών των επιχειρήσεων, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων κάθε υπόθεσης[60].

37 Αντίθετα από τους ισχυρισμούς της καθ' ης, η ελληνική[61] και η ενωσιακή νομολογία έχει διευκρινίσει και επιβεβαιώσει ότι το δικαίωμα πρόσβασης δεν είναι απόλυτο, αλλά περιορίζεται από την ανάγκη διαφύλαξης, ιδίως, του επιχειρηματικού απορρήτου των στοιχείων άλλων επιχειρήσεων, που, επίσης, τυγχάνει προστασίας στο δίκαιο της Ένωσης, σε επίπεδο γενικής αρχής αυτού (βλ. και απόφαση ΔΕΕ της 29.3.2012, C-1/11, Interseroh Scrap and Metals Trading, σκ. 43, απόφαση ΔΕΚ της 14.2.2008, C-450/06, Varec, σκ. 49 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

38 Είναι, επομένως, σαφές ότι η εκτίμηση του απορρήτου χαρακτήρα μιας πληροφορίας απαιτεί τη στάθμιση, από το αρμόδιο όργανο, μεταξύ των απαιτήσεων λυσιτελούς άσκησης του δικαιώματος άμυνας, αφενός, και της ανάγκης διαφύλαξης του απορρήτου ορισμένων στοιχείων και των νομίμων συμφερόντων που απαγορεύουν τη δημοσίευσή τους, αφετέρου[62]. Έτσι, το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο συνεπάγεται ότι η Επιτροπή υποχρεούται να παρέχει στην ενδιαφερόμενη επιχείρηση τη δυνατότητα εξέτασης όλων των εγγράφων που περιλαμβάνονται στον φάκελο έρευνας και τα οποία ενδέχεται να είναι κρίσιμα για την άμυνα της επιχειρήσεως αυτής (στα έγγραφα αυτά συγκαταλέγονται τόσο τα ενοχοποιητικά όσο και τα απαλλακτικά στοιχεία), *πλην* των επιχειρηματικών απορρήτων άλλων

προστασίας (βλ. απόφαση ΠΕΚ της 24.06.1986, υπόθεση 53/85 Akzo Chemie κατά Επιτροπής, σκ. 28, Κανονισμός (ΕΚ) 1/2003, άρθρο 27 παρ. 2). Πρόκειται για εμπιστευτικές πληροφορίες σχετικά με την επιχειρηματική δραστηριότητα μίας επιχείρησης (π.χ. μέθοδοι κοστολόγησης, πηγές εφοδιασμού, παραγόμενες και πωλούμενες ποσότητες, μερίδια αγοράς, κ.λπ.) των οποίων η διαβίβαση σε πρόσωπο άλλο από εκείνο που προσκόμισε το στοιχείο μπορεί να προκαλέσει σοβαρή βλάβη στα συμφέροντα του τελευταίου (απόφαση ΠΕΚ της 18.09.1996, υπόθεση Τ-353/94 Postbank NV κατά Επιτροπής, σκ. 87). *Άλλες εμπιστευτικές πληροφορίες* είναι οι πληροφορίες που δεν συνιστούν επαγγελματικό / επιχειρηματικό απόρρητο, και η αποκάλυψή τους θα έβλαπτε σημαντικά ένα πρόσωπο ή μία επιχείρηση, λαμβανομένων υπόψη των συνθηκών κάθε υπόθεσης. Πρόκειται ιδίως για πληροφορίες που προσκομίζονται από τρίτα μέρη σχετικά με επιχειρήσεις οι οποίες μπορούν να ασκήσουν σημαντική οικονομική ή εμπορική πίεση στους ανταγωνιστές ή τους εμπορικούς τους εταίρους, πελάτες ή προμηθευτές (λ.χ. πληροφορίες που επιτρέπουν στα μέρη να ταυτοποιήσουν καταγγέλλοντες ή άλλα τρίτα μέρη τα οποία ευλόγως επιθυμούν να παραμείνουν ανώνυμα).

[59] Βλ. άρθρο 15 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης Ε.Α.[59] και, αντιστοίχως, άρθρο 27 παρ. 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, άρθρο 15 παρ. 2 και άρθρο 16 παρ. 1 του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΚ) 773/2004, καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στο φάκελο υπόθεσης, ΕΕ C 325 της 22/12/2005, σημ. 10· βλ. επίσης, ενδεικτικά, υπόθεση ΠΕΚ Τ-7/89, Hercules Chemicals κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, ΙΙ-1711, σκ. 54.

[60] Βλ. ενδεικτικά υπόθεση ΠΕΚ Τ-36/91, ICI κατά Επιτροπής, Συλλ. 1995, ΙΙ-1847, σκ. 98.

[61] Η καθ' ης παραπέμπει στη ΣτΕ 3717/2012 η οποία παρέπεμψε την υπόθεση προς εκδίκαση ενώπιον της επταμελούς σύνθεσης του Τμήματος, και όχι στη ΣτΕ 2365/2013 που έταμε οριστικά το θέμα (ομοίως απεφάνθη οριστικά και η απόφαση ΣτΕ 2007/2013, εν συνεχεία της ΣτΕ 2447/2012 που είχε παραπέμψει στην επταμελή σύνθεση). Η εν λόγω απόφαση αναφέρεται σε εφαρμογή του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής του 2006, και όχι στον εν προκειμένω εφαρμοστέο Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού του 2013.

[62] Βλ. απόφαση ΔΕΕ της 25.10.2011, C-110/10 P, Solvay κατά Επιτροπής, σκέψεις 47 επ. και απόφαση ΔΕΕ της 29.3.2012, C-1/11, Interseroh Scrap and Metals Trading, σκ. 43, απόφαση ΔΕΚ της 14.2.2008, C-450/06, Varec SA, σκ. 47 επ. και σε αυτές παρατιθέμενη νομολογία. Βλ. ΣτΕ 2007/2013, σκ. 12 επ., ΣτΕ 2365/2013, σκ. 11, και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY FOODS) παρ. 9 και σχετική απόφαση ΔΕφΑθ. 869/2013, σκ. 4-5.

επιχειρήσεων, των εσωτερικών εγγράφων της Επιτροπής και άλλων εμπιστευτικών πληροφοριών[63]. Συναφώς, γίνεται δεκτό ότι για την αποτελεσματική και συνεπή εφαρμογή των εθνικών και ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού, η κοινοποίηση των αποδεικτικών στοιχείων δεν θα πρέπει να περιορίζει αδικαιολόγητα την αποτελεσματική επιβολή του δικαίου ανταγωνισμού από τις αρχές ανταγωνισμού[64]. Συνεπώς, όποτε για τη διαπίστωση μιας παράβασης ή εν γένει για τους σκοπούς εφαρμογής του δικαίου του ανταγωνισμού είναι αναγκαία επαγγελματικά μυστικά και εμπιστευτικές πληροφορίες, η Επιτροπή αξιολογεί ως προς κάθε επιμέρους στοιχείο, εάν η ανάγκη να αποκαλυφθεί αυτό είναι ισχυρότερη από τη βλάβη που είναι πιθανό να προκύψει από την αποκάλυψή του[65].

39 Ο ισχυρισμός της καθ΄ης ότι τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στην Εισήγηση χάνουν τον απόρρητο χαρακτήρα τους έναντι αυτής και ότι η Επιτροπή, κατά παράβαση της διάταξης του άρθρο 15 παρ. 6 του Κανονισμού, δεν κατέστησε μη απόρρητα έναντι της ΑΖ, τα στοιχεία που συμπεριέλαβε στην Εισήγηση είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, δεδομένης της αντίθεσής του με τον Κανονισμό Λειτουργίας της ΕΑ, αλλά και δεδομένου ότι οι εν συνεχεία εκτιθέμενες περί απορρήτου πρόνοιες του εθνικού (και του ενωσιακού) δικαίου θα καθίσταντο άνευ αντικειμένου αν, βάσει του σκεπτικού της καθ' ης, απαιτούνταν η καθολική αποκάλυψη του κειμένου της Εισήγησης. Αλλά και περαιτέρω, δεδομένου ότι η ερμηνεία αυτή θα έθιγε έννομα αγαθά, όπως το δικαίωμα προστασίας των απορρήτων και των λοιπών εμπιστευτικών πληροφοριών των επιχειρήσεων και την αποτελεσματική επιβολή του δικαίου ανταγωνισμού από τις αρχές ανταγωνισμού και θα έθετε σε κίνδυνο αντιποίνων τους μάρτυρες.

40 Ειδικότερα, όπως προκύπτει σαφώς και πέραν αμφιβολίας από τη γραμματική διατύπωση του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού[66] (και δη το άρθρο 15 παρ. 6 του Κανονισμού Λειτουργίας) και από την τελολογία και τη συστηματική ερμηνεία του κανόνα, και όπως επίσης συνάγεται σαφώς από την προεκτεθείσα ελληνική και ενωσιακή νομολογία, από το σύνολο των απόρρητων στοιχείων που περιλαμβάνονται στην Εισήγηση, αποβάλλουν τον απόρρητο χαρακτήρα τους και χορηγούνται στις καθ' ων η διαδικασία επιχειρήσεις, όσα, κατά την κρίση του Εισηγητή, είναι αναγκαία για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης ή την απαλλαγή από τη σχετική κατηγορία[67]. Η

---

[63] Απόφαση ΔΕΕ της 25.10.2011, C-110/10 P, Solvay κατά Επιτροπής, σκ. 49.

[64] Βλ. και αποφάσεις ΠΕΚ της 29.04.2004, Tokai Carbon κατά Επιτροπής, T-236/01,T-239/01, T-244/01 έως T-246/01, T-251/01 και T-252/01 Συλλ. II-1181, σκ. 40, σύμφωνα με την οποία ο περιορισμός προσβάσεως δικαιολογείται από την ανάγκη διασφάλισης της εύρυθμης λειτουργίας της Επιτροπής στον τομέα της πατάξεως των παραβάσεων των κανόνων του ανταγωνισμού.

[65] Βλ. ενδεικτικά άρθρο 27 παρ. 2 Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 του Συμβουλίου, της 16.12.2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης ΕΕ L 1 της 04/01/2003 σ. 1 – 25 («Κανονισμός (ΕΚ) 1/2003»), επίσης Ανακοίνωση της Επιτροπής περί χειρισμού των καταγγελιών από την Επιτροπή βάσει των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ (2004/C 101/05), παρ. 67, και Ανακοίνωση της Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης της Επιτροπής δυνάμει των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ, των άρθρων 53, 54 και 57 της Συμφωνίας ΕΟΧ, και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου (2005/C 325/07), παρ. 24 – 25, («Ανακοίνωση της Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης»).

[66] Βλ. άρθρο 15 ΚΛΔΕΑ: «Εμπιστευτική αντιμετώπιση απόρρητων στοιχείων – Πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης».

[67] Βλ. ΣτΕ 2365/2013, σκ. 11 και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 12, όπου αναφέρεται ότι: «[…] *Το ως άνω, όμως, δικαίωμα πρόσβασης δεν είναι απόλυτο, αλλά περιορίζεται από την ανάγκη διαφύλαξης, ιδίως, του επιχειρηματικού απορρήτου των στοιχείων άλλων επιχειρήσεων, που, επίσης, τυγχάνει προστασίας στο δίκαιο της Ένωσης, σε επίπεδο γενικής αρχής αυτού*». Βλ. επίσης ΕΑ 369/V/2007, παρ. 68, 75, 76 επ. όπου μεταξύ άλλων σημειώνεται ότι η διαφύλαξη των απορρήτων είναι ισότιμη αξία προς το δικαίωμα υπεράσπισης των ελεγχόμενων επιχειρήσεων και αποτελεί εκάστοτε αντικείμενο

διάταξη αυτή τελεί σε συναρμογή, λόγω και της κοινής τους ratio και της μερικής τους ταύτισης, με την αντίστοιχη διάταξη για την πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου του άρθρου 15 παρ. 7 εδάφιο β' σύμφωνα με την οποία, εφόσον η πρόσβαση σε έγγραφα που περιέχουν απόρρητα στοιχεία *επιχειρήσεων* (όχι, επί παραδείγματι, εσωτερικών εγγράφων της Επιτροπής των οποίων το απόρρητο καλύπτεται άνευ εξαιρέσεων), είναι *απολύτως αναγκαία* για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας των καθ' ων, ο Πρόεδρος, με αιτιολογημένη απόφασή του, παρέχει πρόσβαση στα έγγραφα αυτά, εν όλω ή εν μέρει, στο πρόσωπο για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας του οποίου κρίθηκε *απολύτως αναγκαία* η πρόσβαση στα απόρρητα αυτά στοιχεία[68]. Είναι, επίσης, συνεπής με τις υπόλοιπες, συμπληρωματικές ρυθμίσεις του άρθρου 15 του Κανονισμού, σύμφωνα με τις οποίες: από κάθε έκδοση της *Εισήγησης παραλείπονται τα στοιχεία εκείνα, τα οποία θεωρούνται απόρρητα έναντι του συγκεκριμένου αποδέκτη* (παρ. 5), τα πρόσωπα κατά των οποίων κινήθηκε η ενώπιον της ΕΑ διαδικασία έχουν δικαίωμα πρόσβασης στα *μη απόρρητα* στοιχεία του φακέλου ύστερα από την κοινοποίηση της κλήτευσης (παρ. 7) και πριν από την κοινοποίηση της κλήτευσης, δύναται να χορηγείται στους καθ' ων, αντίγραφο *της μη εμπιστευτικής εκδοχής της καταγγελίας*, εφόσον δεν δυσχεραίνεται η έρευνα της υπόθεσης από τη Γενική Διεύθυνση (παρ. 7), ως απόρρητα στοιχεία θεωρούνται και τα εσωτερικά έγγραφα της Γενικής Διεύθυνσης, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και άλλων Εθνικών Αρχών Ανταγωνισμού, καθώς και η αλληλογραφία μεταξύ της Γενικής Διεύθυνσης και άλλων υπηρεσιών ή Αρχών Ανταγωνισμού (παρ. 11) και, τέλος, τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια και οι καταθέσεις σε κινηθείσες διαδικασίες δύναται να είναι προσβάσιμα μόνο ως προς το περιεχόμενό τους, *τηρουμένων των ρυθμίσεων περί απορρήτων στοιχείων*, ενώ τα ερωτηματολόγια και οι καταθέσεις του προηγούμενου εδαφίου δύνανται να μην είναι προσβάσιμα ως προς την ταυτότητα των προσώπων που απάντησαν ή κατέθεσαν, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη τον κίνδυνο των αντιποίνων (παρ. 12).

41 Στο ίδιο πλαίσιο, όπως αναγνωρίζει και η καθ' ης[69], σύμφωνα με πάγιο κανόνα του ενωσιακού δικαίου[70], όποτε για τη διαπίστωση μιας παράβασης ή εν γένει για τους σκοπούς εφαρμογής του δικαίου

στάθμισης, ότι η αποκάλυψη της ταυτότητας του μάρτυρα σε πρώιμο στάδιο και πριν την έκδοση της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, θα οδηγούσε στον κίνδυνο αυτός να υποστεί πιέσεις, με αποτέλεσμα να αποτρέπονται ουσιώδεις μάρτυρες να καταθέσουν ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Βλ. και Tokai Carbon κατά Επιτροπής (αποφάσεις ΠΕΚ της 29.04.2004, T-236/01,T-239/01, T-244/01 έως T-246/01, T-251/01 και T-252/01 Συλλ. II-1181).

[68] Όπως αναγνωρίζει στο υπόμνημά της και η καθ' ης, πολλά από τα χωρία της Εισήγησης, στα οποία η καθ' ης αιτείται πρόσβαση, συμπίπτουν απολύτως με τα απόρρητα στοιχεία του φακέλου. Η προτεινόμενη από την καθ' ης ερμηνεία του Κανονισμού περί απώλειας του απόρρητου χαρακτήρα των στοιχείων εκ μόνης της συμπερίληψής τους στην Εισήγηση θα οδηγούσε στην αποκάλυψη στοιχείων του φακέλου που κατ' επιταγή του Κανονισμού, κατά τα ανωτέρω, είναι απόρρητα. Είναι προφανές ότι οι σχετικές πρόνοιες Κανονισμού ως προς τα απόρρητα στοιχεία φακέλου θα ήταν άνευ αντικειμένου αν δεν ίσχυαν και για τα χωρία της εισήγησης, ενώ οι σύστοιχες αυτές διατάξεις προστατεύουν το ίδιο έννομο αγαθό.

[69] Υπόμνημα, παρ. 851 επ. όπου η καθ' ης αναφέρει ότι το θεσμικό όργανο υποχρεούται, πριν αποφανθεί για τον αποχαρακτηρισμό του απορρήτου, να σταθμίζει τα δικαιώματα που συγκρούονται, λαμβάνοντας υπόψη όλα τα σχετικά στοιχεία, όπως τη χρησιμότητα της πληροφορίας για τη στοιχειοθέτηση ή μη μιας παράβασης, την αποδεικτική της αξία, το αν η πληροφορία είναι απαραίτητη, το κατά πόσον αποτελεί ευαίσθητο στοιχείο κ.λπ.

[70] Βλ. ενδεικτικά: α. Προοίμιο σκ. 14 Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 773/2004 της Ευρ. Επιτροπής της 07.04.2004 σχετικά με τη διεξαγωγή από την Επιτροπή των διαδικασιών δυνάμει των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ, β. παρ. 24 – 25 Ανακοίνωσης της Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης της Επιτροπής δυνάμει των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ, των άρθρων 53, 54 και 57 της Συμφωνίας ΕΟΧ, και του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου (2005/C 325/07), γ. παρ. 67 Ανακοίνωσης της Επιτροπής περί χειρισμού των καταγγελιών από την

του ανταγωνισμού είναι αναγκαία επαγγελματικά μυστικά και εμπιστευτικές πληροφορίες, η Επιτροπή αξιολογεί ως προς κάθε επιμέρους στοιχείο αν η ανάγκη να αποκαλυφθεί αυτό είναι ισχυρότερη από τη βλάβη που είναι πιθανό να προκύψει από την αποκάλυψή του. Σαφής είναι και η σχετική πρόβλεψη του άρθρου 27 παρ. 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003[71].

42 Η καθ' ης αναφέρει, κατά γενικό τρόπο, ότι η παράλειψη κοινοποίησης ενός «απαλλακτικού» στοιχείου επηρεάζει σε βάρος της επιχείρησης την εξέλιξη της διαδικασίας, δεδομένου ότι η επιχείρηση, αν είχε μπορέσει να παραπέμψει στα έγγραφα αυτά κατά τη διοικητική διαδικασία, θα μπορούσε να επηρεάσει, καθ' οιονδήποτε τρόπο, τις εκτιμήσεις που επρόκειτο να διατυπώσει η Επιτροπή με την τυχόν απόφασή της. Επίσης, υποστηρίζει ότι η πιθανότητα να μπορούσε ένα μη κοινοποιηθέν έγγραφο να επηρεάσει την εξέλιξη της διαδικασίας δεν μπορεί να αποδειχθεί παρά μόνον μετά από προκριματική εξέταση ορισμένων αποδεικτικών στοιχείων, από την οποία να προκύπτει ότι τα μη κοινοποιηθέντα έγγραφα μπορούσαν να έχουν –σε σχέση προς αυτά τα αποδεικτικά στοιχεία- μη ευκαταφρόνητη σημασία. Ωστόσο, αυτοί οι ισχυρισμοί είναι εντελώς αόριστοι και δεν μπορούν να ληφθούν υπόψη, αφού δεν συγκεκριμενοποιούν οποιαδήποτε δικονομική βλάβη. Περαιτέρω, οι ισχυρισμοί της καθ' ης ότι η πρόσβαση σε όλα τα έγγραφα που απαρτίζουν το φάκελο είναι απαραίτητη για την τήρηση της αρχής της ισότητας των όπλων και ότι δεν μπορεί η Επιτροπή να αποφασίζει μονομερώς ως προς τη χρησιμότητα των εγγράφων που βρίσκονται στην κατοχή της, έρχονται σε αντίθεση με τις αρχές και τους κανόνες του εθνικού και ενωσιακού δικαίου που προαναφέρθηκαν και δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτοί.

43 Εν προκειμένω, η καθ' ης υπέβαλε στην Ε.Α. την υπ' αρ. πρωτ. 10091/24.12.2013 αίτηση για πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου αυτής. Ο Πρόεδρος της Επιτροπής απάντησε με την υπ' αρ. πρωτ. 309/13.01.2014 επιστολή, και απέστειλε στην καθ' ης κατάλογο των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης, προκειμένου να προσδιορισθούν τα συγκεκριμένα έγγραφα του φακέλου στα οποία η καθ' ης αιτούνταν πρόσβαση, με δεδομένο ότι ο ιδιαιτέρως ογκώδης φάκελος που είχε σχηματισθεί περιείχε, μεταξύ άλλων, και στοιχεία τα οποία ήδη είχε στη διάθεσή της η εταιρία (ιδίως στοιχεία που προέρχονταν από την ίδια, ή από τα οποία ήδη έχει λάβει αντίγραφα όπως, ενδεικτικά, υποβολές στοιχείων της ίδιας της καθ' ης, το κείμενο της υπ' αρ. πρωτ. 8461/29.12.2006 καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε. το οποίο είχε χορηγηθεί στην καθ' ης την 20.11.2008, έγγραφα και δικαστικές αποφάσεις στο πλαίσιο της διαδικασίας επί του ζητήματος της συνεκδίκασης που είχε κινήσει η ίδια). Στην απάντηση αυτή περιλαμβανόταν οργανωμένη καταγραφή των στοιχείων που ήταν ολικώς προσβάσιμα, των εγγράφων που ήταν μερικώς προσβάσιμα, και των απόρρητων στοιχείων (κατ' άρθρο

Επιτροπή βάσει των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ (2004/C 101/05).

[71] «*Κατά τη διεξαγωγή της διαδικασίας διασφαλίζονται πλήρως τα δικαιώματα υπεράσπισης των εμπλεκόμενων μερών, τα οποία έχουν το δικαίωμα να αποκτούν γνώση του φακέλου της Επιτροπής, με την επιφύλαξη του έννομου συμφέροντος των επιχειρήσεων για την προστασία του επιχειρηματικού απόρρητου. Το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο δεν* καλύπτει *τις εμπιστευτικές πληροφορίες και τα έγγραφα εσωτερικής χρήσης της Επιτροπής ή των αρχών ανταγωνισμού των κρατών μελών. Από το δικαίωμα πρόσβασης εξαιρούνται ιδίως η αλληλογραφία μεταξύ της Επιτροπής και των αρχών ανταγωνισμού των κρατών μελών ή μεταξύ των τελευταίων, συμπεριλαμβανομένων των εγγράφων που συντάσσονται κατ' εφαρμογή των άρθρων 11 και 14. Καμία διάταξη της παρούσας παραγράφου δεν εμποδίζει την Επιτροπή να δημοσιοποιεί και να χρησιμοποιεί τις πληροφορίες που απαιτούνται για να αποδειχθεί μια παράβαση*».

15 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας).

44 Εν συνέχεια, η ΑΖ υπέβαλε την υπ' αρ. πρωτ. 340/14.01.2014 επιστολή της, με επισημείωση των εγγράφων, στα οποία ζητούσε πρόσβαση και η Επιτροπή παρέσχε πρόσβαση στην καθ' ης, τμηματικά, λόγω του μεγάλου όγκου, στις 16.01.2014, στις 23.01.2014 και στις 30.01.2014, κατά τη σειρά ολοκλήρωσης της επεξεργασίας των στα αιτηθέντα έγγραφα περιεχόμενων απόρρητων στοιχείων. Στα σχετικά πρακτικά παραλαβής των στοιχείων φακέλου επισυνάφθηκε από τη ΓΔΑ προς διευκόλυνσή της και μόνο, κατάσταση περιεχομένων εκάστου φακέλου με αναφορά του αριθμού πρωτοκόλλου του στοιχείου, της διαβάθμισής του, του αποστολέα και του αποδέκτη (με κωδικοποιημένη περιγραφή, όπου απαιτούνταν), το θέμα ή τη φύση του παραλαμβανόμενου στοιχείου, καθώς και αναλυτικές παρατηρήσεις για τη φύση των πληροφοριών και τη φύση του απορρήτου (εννοείται, για τα απόρρητα ή μερικώς προσβάσιμα στοιχεία).

45 Περαιτέρω, η ΑΖ απέστειλε την υπ' αρ. πρωτ. 318/13.01.2014 επιστολή, με την οποία ζήτησε τον αποχαρακτηρισμό απορρήτων χωρίων της Εισήγησης και στην οποία ο Πρόεδρος απάντησε με την υπ' αρ. πρωτ. 318/05.02.2014 πολύ αναλυτική (εικοσασέλιδη) και εμπεριστατωμένη επιστολή του, στην οποία προέβη σε περιγραφή εκάστου στοιχείου[72] με στάθμιση και κρίση επί της τυχόν αναγκαιότητας παροχής πρόσβασης σε αυτό για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της καθ' ης, και εξέθεσε με πλήρη και ειδική αιτιολογία ως προς ένα έκαστο των αιτουμένων στοιχείων τους λόγους που υπαγόρευαν την τήρηση του απορρήτου ή, στις περιπτώσεις που αυτό απαιτούνταν, προέβη σε αποχαρακτηρισμό των στοιχείων και παροχή πρόσβασης. Στην εν λόγω επιστολή υπογραμμίζεται ότι έχει καταβληθεί κάθε προσπάθεια από την Υπηρεσία, για διευκόλυνση της καθ' ης, να δοθεί στην Εισήγηση περιγραφή της ιδιότητας ή και κωδικοποιημένη αναφορά με μοναδικό αριθμό – κλειδί των αναφερόμενων προσώπων στα οποία δεν έχει παρασχεθεί πρόσβαση[73]. Στην επιστολή σημειώνεται επίσης ότι, λαμβανομένης υπόψη και της ισχύος της ελεγχόμενης επιχείρησης, και του ότι μια ισχυρή επιχείρηση είναι σε θέση να ασκήσει οικονομική ή εμπορική πίεση στους ανταγωνιστές της ή στους εμπορικούς εταίρους της, και δη στους πελάτες της, λαμβανομένης επίσης υπόψη της ανάγκης για διασφάλιση της αποτελεσματικότητας των ερευνών της Επιτροπής, μπορεί να κρίνεται ότι δεν πρέπει να αποκαλυφθεί η ταυτότητά τους (με παροχή στοιχείων που αναφέρονται είτε ευθέως είτε επαγωγικώς στην ταυτότητα του φυσικού προσώπου ή / και της επιχείρησης που εκπροσωπεί), μεταξύ άλλων για την αποτροπή ενδεχόμενων φαινομένων αντιποίνων ή βλάβης των προσώπων αυτών, και ότι αντίστοιχη προστασία προσήκει και σε σχέση με τις ταυτότητες όλων των φυσικών προσώπων (με ρητή αναφορά

---

[72] Π.χ. χρονικός προσδιορισμός που περιγράφει τη διάρκεια της εμπειρίας του ερωτώμενου στον υπό διερεύνηση κλάδο, επιχειρηματικά απόρρητα ανταγωνίστριας επιχείρησης (λ.χ. κύκλος εργασιών συνεργαζόμενης με την καταγγέλλουσα επιχείρησης και εκπτώσεις / παροχές της Μύθος Ζυθοποιίας ΑΕ και ποσά που είχε καταβάλει για την προώθηση των προϊόντων της / παροχές για ανανέωση συνεργασίας), στοιχεία προσώπων (λ.χ. όνομα και θέση στην εταιρία του φυσικού προσώπου – στελέχους της αλυσίδας […] και της Μύθος Ζυθοποιία, επωνυμία μικρών τελικών σημείων και άλλων επιχειρήσεων – πελατών της καθ' ης με μικρή, συγκριτικά με την καθ΄ης, δύναμη όπως καφετέριες – εστιατόρια –μπαρ).

Επισημαίνεται ότι, στο πλαίσιο της σχετικής έρευνας, εξετάσθηκαν από την Υπηρεσία τα ποσά που είχαν λάβει τελικά σημεία και, αντιστοίχως, η αναλογία των αγορών των σημείων αυτών σε σήματα της καθ' ης, με βάση τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που προσκόμισε η ίδια η καθ΄ης.

[73] Η επεξεργασία αυτή, η οποία δεν είναι συνήθης, απαίτησε ιδιαιτέρως σημαντικούς πόρους της Υπηρεσίας, ενώ εξάλλου η ΕΑ δεν είχε σχετική προς τούτο υποχρέωση.

στο άρθρο 15 παρ. 12 του Κανονισμού Λειτουργίας της Ε.Α.).

46 Αντιστοίχως, η ΑΖ απέστειλε την υπ' αρ. πρωτ. 625/17.01.2014 επιστολή, με την οποία ζήτησε τον αποχαρακτηρισμό απορρήτων στοιχείων του φακέλου, τα οποία αφορούσαν κυρίως στην ταυτότητα και σε σχετικό περιεχόμενο καταθέσεων συγκεκριμένων επιχειρήσεων (τελικών σημείων – χονδρεμπόρων), και στην οποία ο Πρόεδρος απάντησε με την υπ' αρ. πρωτ. 625/28.01.2014 επιστολή του, στην οποία προέβη σε περιγραφή εκάστου στοιχείου / της φύσης του απορρήτου[74] με στάθμιση και κρίση επί της τυχόν αναγκαιότητας παροχής πρόσβασης σε αυτό για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της καθ' ης, και εξέθεσε με πλήρη και ειδική αιτιολογία ως προς ένα έκαστο των αιτουμένων στοιχείων τους λόγους που υπαγόρευαν την τήρηση του απορρήτου ή, στις περιπτώσεις που αυτό απαιτούνταν, προέβη σε αποχαρακτηρισμό των στοιχείων και παροχή πρόσβασης. Στην εν λόγω επιστολή, επίσης, υπογραμμίζεται ότι έχει καταβληθεί κάθε προσπάθεια από την Υπηρεσία, για διευκόλυνση της καθ' ης, να δοθεί περιγραφή της ιδιότητας ή και κωδικοποιημένη αναφορά με μοναδικό αριθμό – κλειδί των αναφερόμενων προσώπων στα οποία δεν έχει παρασχεθεί πρόσβαση. Στην επιστολή σημειώνεται επίσης ότι, λαμβανομένης υπόψη και της ισχύος της ελεγχόμενης επιχείρησης, και του ότι μια ισχυρή επιχείρηση είναι σε θέση να ασκήσει οικονομική ή εμπορική πίεση στους ανταγωνιστές της ή στους εμπορικούς εταίρους της, και δη στους πελάτες της, μπορεί να κρίνεται ότι δεν πρέπει να αποκαλυφθεί η ταυτότητά τους, μεταξύ άλλων για την αποτροπή ενδεχόμενων φαινομένων αντιποίνων ή βλάβης των προσώπων αυτών. Στην εν λόγω επιστολή σημειώνεται, τέλος, ότι η καθ' ης έχει ήδη λάβει αντίγραφο της μη εμπιστευτικής εκδοχής των εγγράφων στα οποία περιλαμβάνονται αφενός το σύνολο των μη απορρήτων στοιχείων και αφετέρου τα απόρρητα εκείνα στοιχεία τα οποία ήδη αξιολογήθηκαν από την Υπηρεσία ως απαραίτητα για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της εταιρίας, καθώς και ότι οι μη εμπιστευτικές εκδοχές που έχουν χορηγηθεί στην καθ' ης είναι εκτενείς και λεπτομερείς ως προς τις καταγγελλόμενες πρακτικές, επιτρέποντας την πλήρη κατανόηση και αντίκρουση των σχετικών συμπληρωματικών αιτιάσεων.

47 Επομένως, τα στοιχεία στα οποία κρίθηκε ότι δεν πρέπει, κατά νόμο, να χορηγηθεί πρόσβαση στην ΑΖ σχετίζονται κατά τα ανωτέρω, πρωτίστως, με προσδιορισμούς / ονόματα / επωνυμίες που βοηθούν στην ταυτοποίηση προσώπων που παρέχουν μαρτυρίες (ερωτηματολόγια, καταθέσεις κ.λπ.) για τις πρακτικές της καθ' ης και η ταυτότητα των οποίων είναι, κατά το νόμο, προστατευτέα (βλ. και άρθρο 15 παρ. 12 Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού) ή με εμπορικά απόρρητα και άλλες εμπιστευτικές πληροφορίες. Η πρόσβαση στην ταυτότητα των συγκεκριμένων προσώπων (ανταγωνιστών, πελατών –ιδίως μικρών τελικών σημείων, key accounts, χονδρεμπόρων- κ.λπ.) που παρείχαν πληροφορίες για τη σχετική έρευνα της Επιτροπής, καθώς και στα εμπιστευτικά στοιχεία / επιχειρηματικά απόρρητα επιχειρήσεων δεν κρίνεται απολύτως αναγκαία για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της ΑΖ. Η καθ' ης θεωρεί ότι θα έπρεπε να έχει πλήρη πρόσβαση στα εν λόγω

[74] Π.χ. στοιχεία των απαντήσεων που αποκαλύπτουν την ταυτότητα του καταθέτοντος και της επιχείρησης που εκπροσωπεί (είτε ευθέως είτε όταν πρόκειται για πληροφορίες που θα επέτρεπαν την επαγωγική αποκάλυψη της ταυτότητας), επιχειρηματικά απόρρητα ανταγωνίστριας επιχείρησης (λ.χ. όροι πώλησης, στοιχεία αντισυμβαλλομένου για τις σχέσεις της με άλλες προμηθεύτριες επιχειρήσεις και παραστατικά της ερωτώμενης επιχείρησης σε σχέση με προμήθεια προϊόντων από τρίτο προμηθευτή -τιμολόγια πώλησης, αποδείξεις επιστροφής, κ.ά.-, εν γένει εμπορική πολιτική, όροι συνεργασίας και ποσότητες προμήθειας από ανταγωνιστικούς προμηθευτές).

στοιχεία του φακέλου για να επισημάνει στην Επιτροπή την ύπαρξη τυχόν σφαλμάτων και ελλείψεων. Ωστόσο, η γενικόλογη αυτή επίκληση της καθ' ης πρέπει να απορριφθεί, βάσει των ανωτέρω, ως αβάσιμη, αντικείμενη στις περί απορρήτου διατάξεις και χωρίς έρεισμα σε συγκεκριμένα περιστατικά ή συνθήκες καθώς τα στοιχεία στα οποία έπειτα από εμπεριστατωμένη εξέταση και αιτιολόγηση δεν δόθηκε πρόσβαση δεν είναι, σε κάθε περίπτωση, αναγκαία για τη λυσιτελή άσκηση του δικαιώματος άμυνας από την ΑΖ.

48 Υπογραμμίζεται ότι τα ενδεχόμενα αντίποινα από μια δεσπόζουσα επιχείρηση είναι ποικίλα και πολύ σημαντικά, ειδικά για μία μικρή αντισυμβαλλόμενη της καθ' ης επιχείρηση, ως προς την οποία η καθ' ης μπορεί να μεταβάλει τους όρους συνεργασίας επί τα χείρω, ή και να διακόψει τη συνεργασία, και για τις επιχειρήσεις που τυχόν δεν έχουν συνεργασία με την καθ΄ης, ως προς τις οποίες η τελευταία μπορεί να προβεί σε αντίποινα ματαιώνοντας το ενδεχόμενο μελλοντικής συνεργασίας. Ίδιοι είναι, κατά βάση, οι λόγοι για τους οποίους η συλλογή πληροφοριών από τις ανωτέρω κατηγορίες επιχειρήσεων απευθείας από την καθ' ης, η οποία έλαβε πλήρη γνώση των λεγομένων κάθε επιχείρησης / (ενδεχομένως) πελάτη στον οποίο απευθύνθηκε και ο οποίος απάντησε επωνύμως είναι μειωμένης αποδεικτικής αξίας. Πράγματι, οι (εν δυνάμει) πελάτες μιας δεσπόζουσας επιχείρησης δύσκολα θα απαντούσαν θετικά στην ερώτηση του υπαλλήλου της ΑΖ περί του εάν η ΑΖ έχει προβεί σε καταχρηστικές πρακτικές. Επιπλέον, σε σχέση με την αποτελεσματικότητα των ερευνών της Επιτροπής σημειώνεται ότι, εάν διαφανεί ότι στις διαδικασίες της Επιτροπής δεν προστατεύονται οι ταυτότητες όσων παρέχουν μαρτυρία, το γεγονός αυτό θα δράσει αποτρεπτικά για τη συλλογή των μαρτυριών σε επόμενες υποθέσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

49 Ανακεφαλαιώνοντας, σημειώνεται ότι εν προκειμένω, και σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ, η μελέτη των στοιχείων της υπόθεσης καταδεικνύει ότι στην καταγγελλόμενη χορηγήθηκε κατά τον προσήκοντα τρόπο πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης[75], σε συνέχεια των σχετικών αιτήσεών της, κατά τα προεκτεθέντα, και τηρήθηκαν όλες οι προβλεπόμενες στις ισχύουσες διατάξεις διαδικαστικές εγγυήσεις που αποσκοπούν στην προστασία των δικαιωμάτων άμυνας και στην εφαρμογή της αρχής της ισότιμης μεταχείρισης. Μάλιστα, η διαδικασία ελέγχου και επεξεργασίας των απορρήτων και παροχής πρόσβασης στο φάκελο ήταν, λόγω του όγκου των περιεχομένων του φακέλου, πρωτοφανής και διενεργήθηκε με συστηματικότητα και ειδική αιτιολόγηση. Πέραν της εκτενούς πρόσβασης σε στοιχεία που συλλέχθηκαν με πρωτοβουλία της ΓΔΑ στο πλαίσιο της έρευνας, η καταγγελλόμενη έλαβε και εκτενή πρόσβαση σε στοιχεία που υποβλήθηκαν από την καταγγέλλουσα και τρίτα μέρη, με εξαίρεση πληροφορίες απόρρητου ή εμπιστευτικού, κατά τα ανωτέρω, χαρακτήρα που δεν ήταν απαραίτητες για την άσκηση του δικαιώματος άμυνας της καταγγελλόμενης, κατά τα παγίως εφαρμοζόμενα, δηλαδή: (α) επιμέρους παραγράφους και παραρτήματα σε συγκεκριμένα έγγραφα που εμπεριείχαν επιχειρηματικά απόρρητα και εμπιστευτικές πληροφορίες της καταγγέλλουσας ή τρίτων

---

[75] Όπως αναγνωρίζει, μάλιστα, και η καθ' ης, η Επιτροπή υπήρξε τυπική στην παροχή πρόσβασης στα απόρρητα (Πρακτικά 16ης Συνεδρίασης της 21.03.2014, σ. 22 όπου ως προς την ένσταση προσβολής δικαιωμάτων άμυνας αναφέρεται ότι η έμφαση θα δοθεί στη διάρκεια της έρευνας, ενώ ως προς τη μη πρόσβαση στα απόρρητα, αναγνωρίζεται ότι αυτή δόθηκε από την Επιτροπή και η αιτίαση εστιάζεται στη μη πρόσβαση κυρίως στα ονόματα των προσώπων τα οποία παρείχαν πληροφορίες).

επιχειρήσεων (ιδίως στοιχεία εμπορικής πολιτικής), η αποκάλυψη των οποίων θα μπορούσε να βλάψει ουσιωδώς τις τελευταίες, χωρίς να είναι ουσιώδεις για την άσκηση του δικαιώματος άμυνας της καταγγελλόμενης· (β) πληροφορίες σχετικές με την ταυτότητα τρίτων προσώπων, τα οποία ήταν εύλογο να παραμείνουν ανώνυμα όταν, ιδίως, η σχετική αποκάλυψη θα μπορούσε εύκολα να εκθέσει τους αποστολείς τους στον κίνδυνο αντιποίνων[76]. Επίσης, τα στοιχεία στα οποία δεν είχε πλήρη πρόσβαση η καταγγελλόμενη ήταν ελάχιστα σε σχέση με το συνολικό όγκο του φακέλου. Εξάλλου, τα στοιχεία του φακέλου προέρχονταν πρωτίστως από την ίδια την καθ' ης. Σε κάθε περίπτωση, η πρόσβαση που χορηγήθηκε στην εξεταζόμενη υπόθεση ήταν εκτενής και λεπτομερής ως προς τις καταγγελλόμενες πρακτικές και τις πιθανολογούμενες παραβάσεις, επιτρέποντας στην καθ' ης την πλήρη κατανόηση και αντίκρουση όλων των σχετικών αιτιάσεων (όπως, άλλωστε, καταδεικνύεται και στα αναλυτικά υπομνήματα που αυτή υπέβαλε).

50 Σε κάθε περίπτωση, η ΕΑ, έχοντας στη διάθεσή της την πλήρη έκδοση της Εισήγησης στην οποία περιλαμβάνεται η έκθεση και αξιολόγηση των συλλεγέντων στοιχείων και τα αποτελέσματα της αυτοτελούς έρευνας της Υπηρεσίας, σταθμίζει το σύνολο των στοιχείων της υπόθεσης για το σχηματισμό δικανικής πεποίθησης. Η Εισήγηση αποτελείται από ένα σύνολο αποδεικτικών στοιχείων και συγκλινουσών ενδείξεων που όλα κατατείνουν στην ενιαία και διαρκή παράβαση[77] της καθ' ης, με αποτέλεσμα, ειδικά σε σχέση με τα ανωτέρω απόρρητα στοιχεία, το καθένα από αυτά μεμονωμένα να μην είναι αναγκαίο για την απόδειξη της αιτίασης και για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της καθ' ης. Τουναντίον, εν προκειμένω, έχει παρασχεθεί πρόσβαση σε όλα τα αναγκαία για την άμυνα της προσφεύγουσας στοιχεία, τόσο στην Εισήγηση όσο και στο φάκελο, στη συνολική τους μορφή ή ή στη μη εμπιστευτική εκδοχή τους, ανάλογα με το τι απαιτούνταν ανά περίπτωση[78]. Η πρόσβαση χορηγήθηκε ύστερα από επισταμένη στάθμιση αφενός των δικαιωμάτων των εμπλεκομένων μερών με τη χορήγηση κατά το δυνατόν ευρύτερης πρόσβασης στα στοιχεία του φακέλου και αφετέρου της ανάγκης διαφύλαξης απορρήτων πληροφοριών και προστασίας της ταυτότητας του υποβάλλοντος την πληροφορία ή τρίτου προσώπου. Αντιθέτως με τα όσα αβασίμως προβάλλει η καθ' ης, η Ε.Α. παρέσχε πλήρως στην ενδιαφερόμενη επιχείρηση τη δυνατότητα να εξετάσει όλα τα μη απόρρητα έγγραφα που περιλαμβάνονται στον φάκελο έρευνας, και επίσης παρέσχε μερική πρόσβαση σε όσα απόρρητα έγγραφα ήταν δυνατόν να υποβληθούν σε αντίστοιχη επεξεργασία, ενώ δεν παρεμποδίστηκε η

---

[76] Βλ. σχετ. άρθρο 15 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης Ε.Α., καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης, Ε.Ε. C 325 της 22/12/2005, σημ. 8-24. Ειδικά για τον κίνδυνο έκθεσης σε αντίποινα, βλ. ενδεικτικά υπόθεση ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries και British Gypsum, Συλλ. 1993, II-389, υπόθεση ΔΕΚ C-310/93P BPB Industries και British Gypsum, Συλλ. 1995, I-865, υπόθεση ΠΕΚ T-221/95 Endemol κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, II-1299, σκ. 69, και υπόθεση ΠΕΚ T-5/02 Laval κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, II-4381, σκ. 98 επ.

[77] Βλ. κατωτέρω ενότητα περί ενιαίου και διαρκούς χαρακτήρα της παράβασης.

[78] Βλ. ανωτέρω. Βλ. και ΔΕφΑθ 869/2013, σκ. 5, όπου αναφέρεται ότι: *«Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η προσφεύγουσα είχε πρόσβαση σε όλα τα στοιχεία του φακέλου, μεταξύ των οποίων και σε αντίγραφα της μη εμπιστευτικής εκδοχής των […] εγγράφων […], με εξαίρεση εμπιστευτικά στοιχεία, τα οποία περιέχουν επιχειρηματικά απόρρητα ή στοιχεία ταυτότητας τρίτων προσώπων, στα οποία νομίμως […] δεν είχε πρόσβαση, λόγω του χαρακτηρισμού τους ως απορρήτων και δεδομένου ότι τα εμπιστευτικά στοιχεία δεν προκύπτει ότι ήταν αναγκαία για την άμυνα της προσφεύγουσας»*.

πρόσβαση της καθ' ης ως προς οποιοδήποτε απολύτως αναγκαίο για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνάς της απαλλακτικό ή ενοχοποιητικό στοιχείο. Επομένως, η καθ' ης δεν εμποδίστηκε να καταστήσει λυσιτελώς γνωστή την άποψή της σχετικά με το υποστατό και τον κρίσιμο χαρακτήρα των πραγματικών περιστατικών και περιστάσεων των οποίων γίνεται επίκληση, και σχετικά με τα έγγραφα που έλαβε υπόψη της η Ε.Α. για να στηρίξει τον ισχυρισμό της ότι υπάρχει παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού και όσα περί του αντιθέτου υποστηρίζονται από την καθ΄ης είναι απορριπτέα, ως αβάσιμα.

Υπομνήματα και συμμετοχή ως τρίτου της Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε.

Τα Υπομνήματα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης Α.Ε. κατά την προδικασία

51 Κατά την προδικασία, στις 29.11.2012, κατατέθηκε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού το υπ' αριθ. πρωτ. 9440 υπόμνημα της εταιρίας Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε. (στο εξής και «Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης» ή «ΖΜΘ»), η οποία παράγει και διανέμει τη μπίρα «Βεργίνα» στην Ελλάδα. Ακολούθως, την 07.03.2013 και την 05.04.2013 κατατέθηκαν από την ίδια τα υπ' αριθ. πρωτ. 2173 και 2960, αντιστοίχως, συμπληρωματικά υπομνήματα. Με τα εν λόγω υπομνήματα η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης παρέθεσε πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που, κατά την άποψή της, συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς και στοιχεία από τα οποία, κατά τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, προέκυπτε βλάβη της ίδιας, της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται και της ανταγωνιστικής δομής της, καθώς και βλάβη των καταναλωτών. Τα υποβαλλόμενα στοιχεία αφορούσαν την περίοδο από το 2000 εντεύθεν και αναφέρονταν σε τελικά σημεία πώλησης και χονδρεμπόρους. Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αιτήθηκε να ληφθούν υπόψη τα στοιχεία αυτά *«στα πλαίσια της εκκρεμούς διαδικασίας ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, όπως αυτή έχει διαμορφωθεί κατόπιν αφενός της αυτεπάγγελτης έρευνας της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού τόσο στην ελληνική αγορά ζύθου όσο και στις καταχρηστικές πρακτικές της ΑΖ στην ίδια αγορά, αφετέρου της έρευνας η οποία διεξήχθη ως προς την ΑΖ κατόπιν της καταγγελίας της Ζυθοποιίας Μύθος Α.Ε.».*

52 Την 09.08.2013, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κοινοποίησε στην Ε.Α.[79] την εξώδικη δήλωσή της κατά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αναφορικά με πρακτική αποκλεισμού ανταγωνιστικών προμηθευτών εκ μέρους της τελευταίας μέσω προτάσεων και παροχών που απευθύνθηκαν στη χονδρεμπορική επιχείρηση […][80]. Με την από 26.08.2013 εξώδικη απάντηση-κλήση και διαμαρτυρία της[81] η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απέκρουσε ως *«ανακριβή και εξόχως δυσφημιστικά»* τα αναφερόμενα στην από 9.8.2013 εξώδικη δήλωση-κλήση και διαμαρτυρία της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης και κάλεσε την

---

[79] Έγγραφο υπ' αριθ. πρωτ. 6386/09.08.2013. Με την ως άνω εξώδικη δήλωση η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης γνωστοποίησε στην Ε.Α. αναφορά που συνέταξε […] της, […] σύμφωνα με την οποία: «[…]».

[80] Σύμφωνα με την εξώδικη δήλωση της ΖΜΘ, οι προεκτεθείσες πρακτικές ενδέχεται να παραβιάζουν το άρθρο 2 του ν. 3959/2011, το άρθρο 1 του ν. 146/1914, το άρθρο 15 παρ. 1 του ν. 3377/2005, και το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, και για τους λόγους αυτούς, με την επιφύλαξη κάθε νόμιμου δικαιώματός της, η ΖΜΘ καλεί την Αθηναϊκή Ζυθοποιία να απέχει άμεσα από τις εν λόγω πρακτικές.

[81] Βλ. σχετικά υπ' αριθ. πρωτ. 6637/28.08.2013 έγγραφο. Στην ως άνω εξώδικη απάντηση-κλήση και διαμαρτυρία της η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. αναφέρει ότι: «[…]. *[…]*».

τελευταία να ανακαλέσει άμεσα την ως άνω εξώδικη δήλωσή της.

Παρέμβαση της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης με την ιδιότητα του τρίτου και υπομνήματα και λοιπές υποβολές και αιτήματα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης κατά τη διάρκεια και μετά το τέλος της ακροαματικής διαδικασίας

53 Εκτός από τη σειρά έγγραφων αιτημάτων που έχει υποβάλει η ΖΜΘ (και συγκεκριμένα τα υπ' αριθ. 92/31.3.2014, 106/11.4.2014[82], 138/13.5.2014), η ΖΜΘ έχει καταθέσει την υπ' αρ. πρωτ. 1808/26.2.2014 «παρέμβαση τρίτου κατ' άρθρο 23 παρ. 2 ΚΛΔ ΕΑ»[83] και το υπ' αρ. πρωτ. 165/18.06.2014 υπόμνημα μετά τη συζήτηση[84].

54 Όπως προεκτέθηκε, με ομόφωνη απόφασή της, η Ολομέλεια της Ε.Α. αποφάσισε να επιτρέψει τη συμμετοχή στη συζήτηση της παρούσας υπόθεσης, της υποβάλλουσας υπόμνημα σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 2 ΚΛΔΕΑ, τρίτης - ζυθοποιίας ΖΜΘ.

55 Η Ε.Α. διαπίστωσε ότι η ΖΜΘ θεμελιώνει έννομο συμφέρον σχετικά (άρθρο 23 παρ. 4 ΚΛΔ ΕΑ) και, κατ' ενάσκηση της διακριτικής της ευχέρειας βάσει του άρθρου 23 παρ. 5, δέχθηκε την παρουσία της ΖΜΘ κατά την προφορική ακρόαση, ως τρίτης, με συγκεκριμένα δικαιώματα τα οποία εξ αρχής οριοθέτησε κατά τη διακριτική της ευχέρεια, όπως ορίζεται και στο άρθρο 23 παρ. 5 του εν λόγω Κανονισμού. Ειδικότερα, σύμφωνα με την ομόφωνη απόφαση ΕΑ, όπως αποτυπώνεται στα Πρακτικά Συνεδρίασης 15 της 20ης Μαρτίου 2014, επετράπη μερικώς η παρουσία της ΖΜΘ μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της κατά την προφορική ακρόαση κατά το σημείο που αφορά το μέρος της εισήγησης, το οποίο αναφέρει τη Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης ως υποστάσα βλάβη από τις ενέργειες της Αθηναϊκής και κατά την εξέταση του μάρτυρά της, επί των δεδομένων των συγκεκριμένων αιτιάσεών της για την Αθηναϊκή και η ανάπτυξη, τέλος, των απόψεών της κατά το τέλος της διαδικασίας. Προσδιορίσθηκε δε βάσει της εν λόγω αποφάσεως, ότι αυτό μόνο το κομμάτι θα αφορά η δυνατότητα πρόσβασης στα πρακτικά (συμπεριλαμβανομένων των προτάσεων των διαδίκων μερών που

---

[82] Σε συνέχεια του υπ' αριθ. 92/31.3.2014 Υπομνήματος με το οποίο είχε τοποθετηθεί επί του θέματος της προφορικής απειλής, εκ μέρους της ΑΖ, περί λήψης νομικών μέτρων από την ίδια ή/ και υπαλλήλων της κατά του κ. […].

[83] Με το εν λόγω υπόμνημα η ΖΜΘ αιτήθηκε να της χορηγηθεί:

(α) το δικαίωμα να παραστεί στην ακροαματική διαδικασία μέσω των εκπροσώπων της Εταιρίας και πληρεξούσιου δικηγόρου,

(β) να απευθύνει ερωτήσεις προς τα Μέρη και προς άλλους συμμετέχοντες σύμφωνα με τα άρθρα 23§5 και 22§5 ΚΥΑ 117/2013,

(γ) να προτείνει μάρτυρες, και ο Πρόεδρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού να κλητεύσει ως μάρτυρες τα πρόσωπα που αναφέρονται κατωτέρω σύμφωνα με το άρθρο 23§1 ΚΥΑ 117/2013 και να της επιτραπεί να απευθύνει ερωτήσεις προς αυτούς αλλά και προς τους άλλους μάρτυρες που είτε έχουν κληθεί από τα Μέρη ή από την Επιτροπή Ανταγωνισμού,

(δ) να της χορηγηθεί αντίγραφο των πρακτικών της διαδικασίας,

(ε) να καταθέσει υπόμνημα μετά το τέλος της ακροαματικής διαδικασίας,

(στ) να αποκτήσει πρόσβαση στη μη-εμπιστευτική έκδοση της Εισήγησης,

(ζ) να αποκτήσει πρόσβαση στο Φάκελο της Υπόθεσης,

(η) να δοθεί εντολή στη Γενική Διεύθυνση της Επιτροπής Ανταγωνισμού για την εξέταση της ευθύνης της μητρικής εταιρείας Heineken NV και να εκδώσει συμπληρωματική Εισήγηση.

[84] Με θέμα «Υποβολή Υπομνήματος σύμφωνα με το άρθρο 23(5)(β) της ΚΥΑ 117/16.1.2013 Κανονισμός Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, μετά το τέλος της Ακροαματικής Διαδικασίας ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με την Εισήγηση της Γενικής Διεύθυνσης της Επιτροπής Ανταγωνισμού επί των εικαζόμενων αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ΑΕ και την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιίας Α.Ε.».

θα αναφέρονται μόνο σε αυτό το τμήμα της προφορικής ακρόασης). Η Επιτροπή έκρινε ότι η ως άνω τρίτη επιχείρηση, η οποία δεν καθίσταται διάδικος στη δικαζόμενη υπόθεση, και δεν έχει, κατ΄ άρθρο 15 παρ. 9 ΚΛΔ ΕΑ, δικαίωμα πρόσβασης στα έγγραφα του φακέλου αυτής, δύναται όμως να ενεργήσει συγκεκριμένες διαδικαστικές πράξεις (εξέταση μαρτύρων, ανάπτυξη απόψεων κ.λπ.) και να παρίσταται στο μέρος της συζήτησης της υπόθεσης που την αφορά μετά πληρεξουσίου δικηγόρου, καθόσον ως ζυθοποιός εταιρία ανταγωνίστρια της καθ' ης, άμεσα θιγόμενη από τις εξεταζόμενες πρακτικές της ΑΖ έχει εύλογο συμφέρον να ακουστεί και μπορεί να συμβάλει στη διακρίβωση της αλήθειας.

56 Ειδικότερα, η ΖΜΘ αιτήθηκε να παρασταθεί στη συζήτηση, να προτείνει και να εξετάσει μάρτυρες, να παραλάβει τα πρακτικά της διαδικασίας και να υποβάλει υπόμνημα, αφού λάβει γνώση των μη εμπιστευτικών υπομνημάτων των μερών κατ' άρθρο 23 ΚΛΔ ΕΑ.

57 Η Επιτροπή αποφάσισε ομοφώνως ότι η εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» θεμελιώνει έννομο συμφέρον βάσει της παραγράφου 4 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού περί ακρόασης τρίτων, και, θεωρώντας ότι η παρουσία της μετά του πληρεξουσίου δικηγόρου της μπορεί να συμβάλει στη διακρίβωση της αλήθειας στην υπό κρίση υπόθεση, και σταθμίζοντας τις συνθήκες της παρούσας περίστασης, επιτρέπει τη συμμετοχή της στη διαδικασία μερικώς, και ειδικότερα, κατ' ενάσκηση της ευρείας διακριτικής ευχέρειας που της καταλείπει το άρθρο 23 παρ. 5 ΚΛΔ ΕΑ, επιτρέπει:

- την παράστασή της στην ακροαματική διαδικασία κατά την ανάγνωση του μέρους της εισήγησης τ οποίο αναφέρεται σε ενέργειες της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» κατά της ΖΜΘ και με τη εξέταση του προτεινόμενου από αυτήν μάρτυρος και την εξέταση επί των συγκεκριμένων αιτιάσεων τη εταιρίας «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» για την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪ Α.Ε.»

- την ανάπτυξη των απόψεών της σχετικά,

- την πρόσβαση της «ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» στα πρακτικά και στις προτάσει των διαδίκων μερών, στο μέρος μόνο που αυτά αναφέρονται στην εταιρία «ΖΥΘΟΠΟΙΪ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.» κατά τα ανωτέρω.

Δ. Ένσταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε σχέση με τη συμμετοχή ως τρίτου της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης στη διαδικασία

58 Η ΑΖ προβάλλει ότι[85] η συμμετοχή της ΖΜΘ στην ενώπιον της Επιτροπής διαδικασία θέτει ζητήματα ακυρότητας και ειδικότερα, ότι από τη διατύπωση του ΚΛΔΕΑ, άρθρο 23, προκύπτει σε σχέση με τον τρίτο ότι ο ρόλος του μάρτυρα και ο ρόλος του έχοντος έννομο συμφέρον από την έκβαση της διαδικασίας είναι συγκρουόμενοι. Η ΑΖ διατείνεται ότι η παροχή στον τρίτο δικαιωμάτων δικονομικού χαρακτήρα (εξέταση μαρτύρων, πρόσβαση σε μη εμπιστευτικές εκδόσεις υπομνημάτων, υποβολή υπομνήματος μετά τη συζήτηση επί των πρακτικών της συζήτησης) ελέγχεται ως μη συνάδουσα με συνταγματικές διατάξεις και αρχές. Η ΑΖ αναγνωρίζει ότι το άρθρο 15 § 9 του ν. 3959/2011 παρέχει

---

[85] Στο από 14.03.2014 Υπόμνημα Προσθήκης – Αντίκρουσης επί τουΥπομνήματος της ΖΜΘ σχετικά με την Εισήγηση.

ευρύ δικαίωμα στην Επιτροπή να καλεί να παρίστανται κατά την προφορική διαδικασία «όσοι προβλέπονται από τον Κανονισμό Εσωτερικής Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής», αλλά υποστηρίζει ότι συνιστά γενική νομοθετική εξουσιοδότηση που δεν παρέχει στην Επιτροπή Ανταγωνισμού το δικαίωμα να θεσμοθετεί δια κανονιστικής πράξεως την παρουσία και τον ενεργό ρόλο ενώπιόν της τρίτων προσώπων που να ανάγονται σε οιονεί διάδικα μέρη και ότι λόγω αυτού, οι διατάξεις του Κανονισμού περί παροχής στον τρίτο δικονομικών δικαιωμάτων παραστάσεως ευρίσκονται εκτός του πεδίου της νομοθετικής εξουσιοδοτήσεως ν. 3959/2011 και αντιβαίνουν στο άρθρο 43 του Συντάγματος.

59 Επίσης, η ΑΖ υποστηρίζει ότι από ουσιαστικής πλευράς, η ρύθμιση των παραγράφων 4 και 5 του άρθρου 23 του ΚΛΔ, σε συνδυασμό με την παρ. 2 του ιδίου άρθρου, έρχεται σε σύγκρουση με αρχές των δικονομικών συστημάτων και των άρθρων 20 § 1 Συντάγματος και 6 της ΕΣΔΑ, με την αιτιολογία ότι στο δικονομικό δίκαιο δεν προβλέπονται δικαιώματα προσώπου που αν και έχει το δικαίωμα να καταστεί διάδικος πρωτογενώς δια καταγγελίας, εν τούτοις χωρίς να ασκεί αυτό το δικαίωμα, απολαμβάνει δικαιώματα διαδίκου. Κατά την αιτίαση της ΑΖ, ο τρίτος, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε., αν και δεν υπέβαλε καταγγελία ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, δύναται, ωστόσο, κατά το άρθρο 23 § 4 και 5 ΚΛΔ, να απολαμβάνει των διαδικαστικών δικαιωμάτων του καταγγέλλοντος, και, κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 § 2 ΚΛΔ, να έχει και τον ρόλο του μάρτυρα. Κατά την ΑΖ δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι η τυχόν συμμετοχή του συγκεκριμένου «τρίτου» δύναται να «συμβάλλει στην διακρίβωση της αλήθειας» υπό την έννοια του άρθρου 23 § 5 ΚΛΔ, καθώς η ΖΜΘ συνεργάζεται με τη ΓΔΑ επί δέκα και πλέον έτη, ό,τι τυχόν στοιχεία είχε στη διάθεσή της τα έχει ήδη καταθέσει και έχουν ήδη ληφθεί υπόψιν από τη ΓΔΑ, πολλά δε εξ αυτών περιλαμβάνονται και στην Εισήγηση, με αποτέλεσμα, η όποια συμβολή της ΖΜΘ στη διερεύνηση της υπόθεσης να έχει ήδη εξαντληθεί και να παρέλκει η περαιτέρω συμμετοχή της. Επίσης, η ΑΖ υποστηρίζει ότι η ΖΜΘ είναι αναξιόπιστη ως προς τους ισχυρισμούς και τις μαρτυρίες που επικαλείται και ότι διαψεύδονται από τους δηλούντες. Συνεπώς, η ΖΜΘ δεν είναι σε θέση να συμβάλει στην «διακρίβωση της αλήθειας» δια της συμμετοχής της στη διαδικασία.

60 Επίσης, κατά την ΑΖ, μπορεί μεν στα δικονομικά συστήματα να προβλέπεται η δυνατότητα παρέμβασης σε τρίτο, ο οποίος έχει έννομο συμφέρον αλλά αυτό γίνεται δια παρεμβάσεως με την οποία ο τρίτος καθίσταται διάδικος και συμμετέχει επί ίσοις όροις στην δίκη, μη δυνάμενος πλέον να διαδραματίσει το ρόλο του μάρτυρα και δεσμευόμενος από τις συνέπειες του δεδικασμένου. Συνεπώς, τυχόν αποδοχή της ΖΜΘ ως «τρίτου» στη διαδικασία, χωρίς να έχει ασκήσει παρέμβαση (η οποία άλλωστε δεν προβλέπεται από τον ΚΛΔ), θα κατέληγε στο να απολαμβάνει η ΖΜΘ δικαιώματα και διαδίκου και μάρτυρα, κατά παράβαση της αρχής της ισότητας των μερών και των δικαιωμάτων άμυνας της ΑΖ. Επίσης, η ΑΖ υποστηρίζει ότι η συμμετοχή του τρίτου σε μια μη δημόσια εκ του νόμου (άρθρο 5 § 2 ΚΛΔ) διαδικασία προσβάλλει αυτοτελώς και την προστασία των επαγγελματικών απορρήτων. Συνεπώς, κατά την άποψη της ΑΖ, οι διατάξεις των παρ. 4 και 5 του άρθρου 23 ΚΛΔ επί των οποίων ερείδεται η αίτηση της ΖΜΘ είναι ανίσχυρες ως αντιβαίνουσες στα άρθρα 43 και 20 § 1 Συντάγματος, στις γενικές αρχές του δικονομικού δικαίου και στο άρθρο 6 της ΕΣΔΑ. Κατά την ΑΖ τα αιτήματα της ΖΜΘ για συμμετοχή στη διαδικασία ενώπιον της ΕΑ είναι απορριπτέα και ως ουσία αβάσιμα, καθώς δεν πληρούται η προϋπόθεση της «συμβολής στη διακρίβωση της αλήθειας» που καθιερώνει ο κανόνας

δικαίου του άρθρου 23 § 5 ΚΛΔ.

61 Ωστόσο, τα ανωτέρω είναι απορριπτέα ως αβάσιμα. Πράγματι, οι εν λόγω διατάξεις του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της ΕΑ έχουν θεσπισθεί κατά ρητή νομοθετική εξουσιοδότηση βάσει του ν. 3959/2011 και συνάδουν πλήρως με το Σύνταγμα, την ΕΣΔΑ και τις γενικές αρχές του δικαίου. Επισημαίνεται ότι και η Ευρωπαϊκή νομοθεσία διασφαλίζει στις υποθέσεις ανταγωνισμού την ακρόαση προσώπων που έχουν επαρκές προς τούτο συμφέρον[86]. Περαιτέρω, κατά τα προεκτεθέντα, δεν τίθεται ζήτημα, ούτε η καταγγελλόμενη επικαλείται (πολλώ δε μάλλον καταδεικνύει) παραβίαση του επαγγελματικού απορρήτου.

62 Σχετικά με την ύπαρξη έννομου συμφέροντος της τρίτης επιχείρησης Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης κρίνεται εν προκειμένω, κατά τα ανωτέρω, κατά τη διακριτική ευχέρεια που παρέχουν οι σχετικοί κανόνες στην Επιτροπή επί του ζητήματος αυτού[87], ότι η ΖΜΘ, υπό την ιδιότητα της ανταγωνίστριας επιχείρησης που δραστηριοποιείται στην ίδια αγορά με την καθ' ης και η οποία υποστηρίζει ότι οι επίδικες πρακτικές αποκλεισμού ανταγωνιστών την έχουν επηρεάσει και ότι μπορεί να εισφέρει ορισμένα στοιχεία σχετικά (ανεξαρτήτως της τελικής κρίσης επί της βασιμότητας και της αποδεικτικής τους αξίας)[88], έχει το εκ του νόμου απαιτούμενο εύλογο ενδιαφέρον και μπορεί να συμβάλλει στη

---

[86] Σύμφωνα με το άρθρο 27 παρ. 3 Καν. (ΕΚ) 1/2003: «Άρθρο 27 - Ακρόαση των μερών, των καταγγελλόντων και των λοιπών τρίτων ενδιαφερομένων […] 3. Εφόσον η Επιτροπή το κρίνει αναγκαίο μπορεί να δεχθεί σε ακρόαση και άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Εάν ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο ζητήσει να γίνει δεκτό σε ακρόαση επικαλούμενο σχετικό έννομο συμφέρον, το αίτημά του γίνεται δεκτό. Οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών μπορούν επίσης να ζητήσουν από την Επιτροπή να δεχθεί σε ακρόαση και άλλα φυσικά ή νομικά πρόσωπα».
Στο άρθρο 13 του Κανονισμού (ΕΚ) 773/2004 της Επιτροπής, της 7.4.2004, σχετικά με τη διεξαγωγή από την Επιτροπή των διαδικασιών δυνάμει των άρθρων 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ (ΕΕ L 123 της 27/04/2004 σ. 18), προβλέπεται ρητά ότι: «Ακρόαση λοιπών προσώπων
1. Εάν φυσικά ή νομικά πρόσωπα πέραν εκείνων τα οποία αναφέρονται στα άρθρα 5 και 11 [ΣτΣ: ήτοι, των καταγγελλόντων και των καθ' ων – των αποδεκτών της κοινοποίησης αιτιάσεων] ζητήσουν να κληθούν σε ακρόαση και αποδεικνύουν ότι έχουν επαρκές προς τούτο συμφέρον, η Επιτροπή τα ενημερώνει εγγράφως σχετικά με τη φύση και το αντικείμενο της διαδικασίας και τάσσει προθεσμία εντός της οποίας μπορούν να γνωστοποιήσουν εγγράφως τις απόψεις τους.
2. Η Επιτροπή, εφόσον τούτο ενδείκνυται, μπορεί να καλεί τα πρόσωπα, τα οποία αναφέρονται στην παράγραφο 1, να αναπτύξουν τα επιχειρήματά τους κατά την προφορική ακρόαση των μερών προς τα οποία έχει αποσταλεί κοινοποίηση αιτιάσεων, εάν τα πρόσωπα, τα οποία αναφέρονται στην παράγραφο 1, το ζητήσουν στο πλαίσιο των γραπτών παρατηρήσεών τους.
3. Η Επιτροπή δύναται να καλεί οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο να διατυπώσει τις απόψεις του εγγράφως και να παραστεί στην προφορική εξέταση των μερών προς τα οποία έχει αποσταλεί κοινοποίηση αιτιάσεων. Η Επιτροπή δύναται επίσης να καλεί αυτά τα πρόσωπα να διατυπώσουν τις απόψεις τους και κατά την προφορική εξέταση».

[87] Βλ. άρθρο 23 ΚΛΔΕΑ. Πρβλ. απόφαση ΔΕΚ της 17.01.1984, Vereniging ter Bevordering van het Vlaamse Boekwezen, VBVB, και Vereniging ter Bevordering van de Belangen des Boekhandels, VBBB, κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, συνεκδ. υποθ. 43/82 και 63/82. Συλλ. 19, σκ. 18. Βλ. επίσης απόφαση ΠΕΚ της 28.02.2002, Compagnie générale maritime κ.λπ. κατά Επιτροπής, T-86/95, Συλλ. II-01011, ιδίως σκ. 468, σύμφωνα με την οποία η Επιτροπή διαθέτει εύλογο περιθώριο εκτιμήσεως για να αποφασίσει για το αν παρουσιάζει ενδιαφέρον η ακρόαση ατόμων των οποίων η μαρτυρία μπορεί να έχει σημασία για την εξέταση του φακέλου, οπότε η Επιτροπή δικαιούται να ακούσει κατά την ακρόαση τρίτα πρόσωπα τα οποία δεν έχουν προηγουμένως υποβάλει καταγγελία ούτε καταθέσει γραπτές παρατηρήσεις κατά τη διοικητική διαδικασία.

[88] Ειδικότερα, με το από 26.2.2014 ενώπιον της ΕΑ υπόμνημά της «σύμφωνα με το άρθρο 23§2 της ΚΥΑ 117.16.1.2013, Κανονισμός Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού», η ΖΜΘ υποστήριξε σε σχέση με την υπόθεση ότι εξαρτά γενικό συμφέρον ως ανταγωνιστής της ΑΖ και ειδικό συμφέρον ως αμέσως πληγείσα από τις καταχρηστικές συμπεριφορές της ΑΖ. Η ΖΜΘ αναφέρει ότι έχει καταθέσει υπομνήματα στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, όπου περιγράφει

διακρίβωση της αλήθειας.

63 Η ΑΖ υποστηρίζει ότι η ΖΜΘ δεν έχει ειδικό έννομο συμφέρον για συμμετοχή στη διαδικασία[89], κατά τις παρ. 4 και 5 του άρθρου 23 ΚΛΔ, και ότι η επίκληση γενικού συμφέροντος από τη ΖΜΘ, ως ανταγωνιστού της ΑΖ, είναι αλυσιτελής, δεδομένου ότι υπό την έννοια αυτή όχι μόνον η ΖΜΘ, αλλά και όλοι οι πραγματικοί ή δυνητικοί ανταγωνιστές καθώς και όλοι οι καταναλωτές θα είχαν, κατά την ΑΖ, τη δυνατότητα να θεμελιώσουν έννομο συμφέρον για παρέμβαση σε διαδικασίες ενώπιον της ΕΑ.

64 Κατά την ΑΖ η άμεση βλάβη που επικαλείται η ΖΜΘ θεμελιώνεται σε πρακτικές τις οποίες «κατά πληροφορίες της» εφαρμόζει η ΑΖ και σε αόριστες αναφορές περιστατικών, τα οποία βεβαιώνουν μόνον οι δικοί της πωλητές, όχι όμως και οι ίδιες οι επιχειρήσεις, χονδρικής ή λιανικής, οι οποίες δήθεν παρείχαν τη σχετική πληροφόρηση. Επίσης, η ΑΖ υποστηρίζει ότι η παράλειψη της ΖΜΘ να ασκήσει το εκ του νόμου δικαίωμά της να υποβάλει επίσημη καταγγελία στην Επιτροπή επί τόσα έτη, οδηγεί

την ζημία της και τις πρακτικές αποκλεισμού στο επίπεδο χονδρικής και στο επίπεδο λιανικής από την ΑΖ, οι οποίες άμεσα βλάπτουν τον ανταγωνισμό και την ίδια. Επιπλέον, αναφέρει ότι έχει κοινοποιήσει στην Επιτροπή Ανταγωνισμού περιστατικό που καταδεικνύει αντιανταγωνιστική συμπεριφορά αποκλεισμού της ΑΖ κατά της ΖΜΘ.

Η ΖΜΘ υποστηρίζει ότι αντιμετώπισε σημαντικότατα εμπόδια κατά την εμπορική της δραστηριότητα στην ελληνική αγορά ζύθου που εντοπίστηκαν κατά κύριο λόγο στο χονδρεμπορικό κανάλι διανομής και στην επιτόπια (κρύα) αγορά ως αποτέλεσμα των συστηματικών και κατά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης πρακτικών της ΑΖ. Κατά τη ΖΜΘ, η θέση της ΑΖ σε επίπεδο χονδρεμπόρων/μεγάλων διανομέων και ο άμεσος και έμμεσος έλεγχος που ασκούσε η ίδια τόσο στην επιτόπια όσο και στην μελλοντική αγορά εμπόδισαν σε σημαντικό βαθμό την ΖΜΘ να διεισδύσει στην σχετική αγορά. Η ΖΜΘ επισημαίνει ότι υφίστατο τις επιβλαβείς πρακτικές αποκλεισμού εκ μέρους της ΑΖ ήδη από το 1998. Η ίδια αναφέρει ότι μέσω συνεχών παρεμβάσεων στον τύπο, διαμαρτυρόταν ως προς τα προβλήματα της ελληνικής αγοράς ζύθου και τα εμπόδια τα οποία αντιμετώπιζε εξαιτίας των καταχρηστικών πρακτικών της ΑΖ και ότι το Σεπτέμβριο του 2003 ενημέρωσε σχετικά την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Επίσης, την 1.11.2006 η ΖΜΘ υπέβαλλε στην Αντιπροσωπεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην Ελλάδα επίσημη καταγγελία κατά της ΑΖ, την οποία η Αντιπροσωπεία προώθησε στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή την 8-11-2006 (η ΖΜΘ απέσυρε την εν λόγω καταγγελία στις 23-1-2007).

Κατά τη ΖΜΘ, η ΑΖ εφάρμοσε κατά την εξεταζόμενη περίοδο μία σειρά από πρακτικές οι οποίες στο σύνολό τους είχαν ως στόχο τον περιορισμό του ανταγωνισμού στην αγορά μπίρας και ιδίως εφαρμογή όρων αποκλειστικότητας σε επίπεδο χονδρεμπόρων και σε επίπεδο λιανικής. Η ΖΜΘ αναφέρεται μεταξύ άλλων σε παροχή κινήτρων από την ΑΖ σε χονδρεμπόρους υπό τον όρο της αποκλειστικότητας και απειλές απόσυρσης τους ως μέσο εξαναγκασμού για την επιβολή αποκλειστικότητας και επισημαίνει ότι ορισμένοι χονδρέμποροι της είχαν αναφέρει ότι οι διάφοροι πιστωτικοί όροι και ασφάλειες χρησιμοποιούνταν ως μοχλός πίεσης για την πειθαρχία των χονδρεμπόρων οι οποίοι εισήγαγαν την Βεργίνα στην επιχείρησή τους ([…]). Αναφέρεται, επίσης, στο επίπεδο λιανικής και συγκεκριμένα σε όρους αποκλειστικότητας για την παροχή εξοπλισμού με σκοπό την μη διαθεσιμότητα ελεύθερου χώρου σε καταστήματα (ψυγεία) και προφορικούς όρους αποκλειστικότητας σε περίπτωση απευθείας συνεργασίας της ΑΖ με τους λιανέμπορους. Κατά τη ΖΜΘ, η ΑΖ εφαρμόζοντας τις συγκεκριμένες πρακτικές κατόρθωσε αφενός να δεσμεύσει έναν μεγάλο αριθμό σημαντικών και δημοφιλών σημείων λιανικής πώλησης αφετέρου να δεσμεύσει τα σημεία αυτά με συγκεκριμένους χονδρεμπόρους. Η ΖΜΘ επικαλείται επιπροσθέτως μποϋκοτάζ εναντίον της, απειλές και εχθρική συμπεριφορά, αντικατάσταση και απόσυρση προϊόντων από τα τελικά σημεία πώλησης με ανορθόδοξα μέσα. Ειδικότερα, ισχυρίζεται ότι εάν ένα σημείο πώλησης τοποθετούσε βαρελίσια μπύρα Βεργίνα στο κατάστημά του, η ΑΖ απαγόρευε την χρήση του δικού της εξοπλισμού και απειλούσε να αποσύρει τα δικά της προϊόντα από το κατάστημα, ότι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι και σημεία πώλησης έχουν αποκαλύψει στην ΖΜΘ και εγγράφως, ότι η ΑΖ προσπάθησε να διασφαλίσει την εφαρμογή αποκλειστικότητας μέσω παροχής ελκυστικών οικονομικών ωφελημάτων (π.χ. παροχή δανείων, πιστωτικές διευκολύνσεις κ.λπ.).

Περί των ανωτέρω η ΖΜΘ προσκόμισε διάφορα στοιχεία όπως έρευνα μέσω του προσωπικού της περί διαφόρων αναφορών περιστατικών (incident reports), και περιλήψεις «συνεντεύξεων» της με επιχειρήσεις της ελληνικής αγοράς ζύθου κυρίως Τελικά Σημεία Πώλησης.

[89] Υπό την έννοια ότι η απόφαση που θα εκδοθεί θα αποτελέσει δεδικασμένο για τον τρίτο ή θα είναι εκτελεστή και ως προς αυτόν ή θα έχει αντανακλαστικές συνέπειες στις έννομες σχέσεις του προς κάποιον από τους διαδίκους (καταγγέλλοντα ή καταγγελλόμενο/επιχείρηση κατά της οποίας έχει κινηθεί η διαδικασία).

στην αποδυνάμωση και εν τέλει απώλεια του συναφούς δικαιώματος συμμετοχής στη διαδικασία, ως εκ της συναγόμενης, εκ της συμπεριφοράς της, ελλείψεως του θεμελιωτικού του εν λόγω δικαιώματος στοιχείου του εννόμου συμφέροντος.

65 Κατά την κρίση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, εντούτοις, η σχετική ένσταση της ΑΖ πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμη. Πέραν των όσων ανωτέρω εξετέθησαν σχετικά με τη συμμετοχή της ΖΜΘ, πρέπει, επίσης, να επισημανθεί ότι από τις διατάξεις του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΚΥΑ 117/2013), προκύπτει ότι αν σε εκκρεμή υπόθεση ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, τρίτος- φυσικό ή νομικό πρόσωπο- α) θεμελιώνει έννομο συμφέρον και β) καταθέσει στους Γραμματείς της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικό υπόμνημα τουλάχιστον δεκαπέντε (15) ημέρες πριν από τη συζήτηση και επιδώσει αυτό με τη φροντίδα του στα ενδιαφερόμενα μέρη δέκα (10) τουλάχιστον ημέρες πριν από τη συζήτηση της υπόθεσης επί ποινή απαραδέκτου μπορεί να ζητήσει την παρουσία του κατά την προφορική ακρόαση.

66 Έννομο συμφέρον για τη συμμετοχή του τρίτου στη δικαζόμενη υπόθεση, νοείται ότι υφίσταται, μεταξύ άλλων περιπτώσεων, και οσάκις το αποτέλεσμα της δικαζόμενης υπόθεσης επηρεάζει, ευμενώς ή δυσμενώς, τα δικαιώματα ή συμφέροντα του τρίτου, χωρίς προς τούτο να απαιτείται συναλλακτική σχέση μεταξύ της καθ' ης και της ΖΜΘ, παρά τα αντιθέτως προβαλλόμενα[90] από την ΑΖ. Η συμμετοχή του τρίτου στη δικαζόμενη υπόθεση συνίσταται στο να καταστήσει γνωστή στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την άποψή του σχετικά με τα επίδικα πραγματικά περιστατικά και τη γνώση του της αγοράς, πρόβλεψη που συνάδει πλήρως με τις γενικές αρχές του δικαίου, την ΕΣΔΑ και το Σύνταγμα[91].

67 Με την κατάθεση του υπομνήματος στη Γραμματεία της Επιτροπής Ανταγωνισμού και τη συμμετοχή του τρίτου στη δικαζόμενη υπόθεση, ο τρίτος δεν μετέχει στην έννομη σχέση της δικαζόμενης υπόθεσης και αφού δεν καθίσταται υποκείμενο αυτής δεν αποκτά κατά συνέπεια την ιδιότητα του διαδίκου, αλλά εξακολουθεί να είναι (παραμένει) τρίτος. Ωστόσο, μετέχει μερικώς της διαδικασίας, και υπό την ιδιότητά του τρίτου δύναται να ενεργεί τις διαδικαστικές πράξεις που του έχει επιτρέψει η Επιτροπή βάσει του άρθρου 23 παρ. 4 και 5 ΚΛΔΕΑ (παρουσία κατά την προφορική ακρόαση, ερωτήσεις στους συμμετέχοντες στη διαδικασία, παραλαβή πρακτικών για υποβολή υπομνήματος κ.λπ.). Δεν δύναται πάντως ο τρίτος, υπό την ιδιότητα του υποκειμένου της διαδικασίας της δικαζόμενης υπόθεσης να έχει πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης, καθόσον το δικαίωμα της ελεύθερης πρόσβασης στο φάκελο της υπόθεσης, παρέχεται μόνο στα υποκείμενα της δικαζόμενης υπόθεσης, δηλαδή, στα «άμεσα ενδιαφερόμενα μέρη» (διαδίκους) και όχι στον τρίτο, ο οποίος δεν αποτελεί υποκείμενο της δίκης (δικαζόμενης υπόθεσης) και ως εκ τούτου «άμεσα ενδιαφερόμενο μέρος» (βλ. ΠΕΚ υπόθ. Τ-96/92 απόφαση 27-4-95, ΔΕΕ 1995, σελ. 611-615 και άρθρο 15 παρ. 9 ΚΛΔΕΑ –«Οι τρίτοι δεν έχουν πρόσβαση στους φακέλους των υποθέσεων που εκκρεμούν ενώπιον της Επιτροπής»-). Η έλλειψη της ιδιότητας του τρίτου ως διαδίκου και η εξακολούθηση, όπως εκτέθηκε,

---

[90] Βλ. προσθήκη - αντίκρουση ΑΖ επί του υπομνήματος ΖΜΘ της 14.03.2014, σ. 5 επ. περί έλλειψης έννομου συμφέροντος της ΖΜΘ για συμμετοχή της στη διαδικασία, στην οποία η ΑΖ προβάλλει ότι απαιτείται η ύπαρξη ειδικού έννομου συμφέροντος για τη συμμετοχή τρίτου στην ενώπιον της ΕΑ διαδικασίας.

[91] Αντιστρόφως, η contra legem ερμηνεία που επιχειρεί η καθ' ης δεν ερείδεται σε καμία διάταξη του Συντάγματος ή της ΕΣΔΑ και από καμία διάταξη δεν προκύπτει απαγόρευση ακρόασης του τρίτου.

της ιδιότητας αυτού ως τρίτου, παρέχει τη δυνατότητα εξέτασής του ως μάρτυρα[92].

68 Τέλος, η νομική φύση της συμμετοχής του τρίτου στη δίκη ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού δεν δικαιολογεί και δεν απαιτεί διάταξη στην απόφαση, αφορώσα τη συμμετοχή του τρίτου.

69 Ομοίως, συνεκτιμώντας εξάλλου τα υπομνήματα που έχει υποβάλει η ΖΜΘ στην ΕΑ, καθώς και το γεγονός ότι το δικαίωμα της ΖΜΘ να αιτηθεί και να της παρασχεθεί η δυνατότητα συμμετοχής στη διαδικασία κατά τα ανωτέρω δεν ασκείται κατά τρόπο προφανώς αντίθετο προς τα χρηστά ήθη, την καλή πίστη και τον κοινωνικό και οικονομικό του σκοπό, δεν νοείται υπό τις παρούσες συνθήκες αποδυνάμωση δικαιώματος, παρά τα περί του αντιθέτου προβαλλόμενα από την ΑΖ.

70 Με βάση τα ως άνω εκτεθέντα, βάσει του νόμου και της νομολογίας[93] είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι οι προεκτεθέντες ισχυρισμοί της καθ' ης και η συμμετοχή της τρίτης ΖΜΘ στην παρούσα υπόθεση, παραστάσας δια του πληρεξουσίου δικηγόρου της Γρ. Πελεκάνου, η οποία υπέβαλε εμπρόθεσμα και σύμφωνα με το άρθρο 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού το από 26.2.2014, υπόμνημά της, και η οποία έχει εύλογο ενδιαφέρον να ακουσθεί ως τρίτη, είναι νόμιμη και πρέπει να ερευνηθεί η ουσιαστική βασιμότητα των ισχυρισμών της.

Διαδικαστικής φύσης αιτήματα Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

71 Όπως προαναφέρθηκε, κατόπιν σχετικής αδείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, με την ιδιότητα του τρίτου, συμμετέσχε κατά τα ανωτέρω εκτεθέντα στην προφορική ακρόαση, εξέτασε μάρτυρα και κατέθεσε σειρά εγγράφων και δη γραπτά υπομνήματα (παρέμβασης τρίτου και συμπληρωματικά υπομνήματα μετά το τέλος της συζήτησης). Τα ανωτέρω επιτράπηκαν προς το σκοπό υποβοήθησης του έργου διακρίβωσης της αλήθειας από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, στο πλαίσιο που οριοθετήθηκε κατά νόμο από την Επιτροπή. Η ΖΜΘ συμμετέσχε ως τρίτη στη διαδικασία, και δεν απέκτησε, ως εκ τούτου την ιδιότητα του διαδίκου η οποία κτάται με την υποβολή καταγγελίας. Συνεπώς δεν έχει, όπως είναι προφανές, δικαιώματα άμυνας, στην προκείμενη διαδικασία[94].

72 Ειδικότερα, επί της ουσίας, η ΖΜΘ υποστηρίζει τη διαπίστωση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης από την ΑΖ όπως εκτίθεται στην Εισήγηση[95]. Εντούτοις, με σειρά αιτημάτων της[96], η ΖΜΘ αιτήθηκε

---

[92] Άρθρο 23 παρ. 1 ΚΛΔΕΑ.
[93] Βλ. και απόφαση ΕΑ 245/ΙΙΙ/2003 [ΑΕΠΙ].
[94] Πρβλ., *a majore ad minus*, απόφαση ΠΕΚ της 15.07.1994, Matra Hachette SA κατά Επιτροπής, T-17/93, Συλλ. II-595, σκ. 34.
[95] Βλ. το υπ' αρ. πρωτ. 165/18.06.2014 υπόμνημα μετά τη συζήτηση της ΖΜΘ.
[96] Ενδεικτικά, με τα υπομνήματά της υπ' αριθ. πρωτ. 92/31.3.2014, και 106/11.04.2014, καθώς και με τις αιτήσεις της υπ' αρ. 138/13.05.2014 και υπ' αρ. πρωτ. 159/05.06.2014. Ειδικότερα, με το συμπληρωματικό της υπόμνημα υπ' αριθ. πρωτ. 92/31.3.2014 η εταιρία «Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης Α.Ε.» αιτήθηκε μεταξύ άλλων: «*1) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να διασφαλίσει τα δικαιώματα της ΖΜΘ οποτεδήποτε κάποιος διάδικος ή/και οι μάρτυρές τους ή/και μάρτυρες που καλεί η ΕπΑντ επικαλούνται το Υπόμνημα(τα) της ΖΜΘ/καταθέσεις των μαρτύρων της ή οποιοδήποτε άλλο γεγονός σχετίζεται με την ΖΜΘ, προφορικώς ή γραπτώς, άμεσα ή έμμεσα και ως εκ τούτου καλέσει τους εκπροσώπους και συνηγόρους της ΖΜΘ για να απαντήσουν σε οποιαδήποτε τέτοια δήλωση, αναφορά ή κατάθεση και να εξετάσουν ή αντεξετάσουν οποιοδήποτε μάρτυρα σε σχέση με τέτοια ζητήματα*». Επίσης, με το υπ' αριθ. 106/11.04.2014 υπόμνημά της, η ΖΜΘ αιτήθηκε τη «Διασφάλιση των δικαιωμάτων της ΖΜΘ οποτεδήποτε διάδικο μέρος και/ή οι μάρτυρές του επικαλούνται το Υπόμνημα της ΖΜΘ/τις καταθέσεις των μαρτύρων της ΖΜΘ ή οποιοδήποτε άλλο γεγονός ή περιστατικό

ιδίως πρόσβαση σε περαιτέρω τμήμα / στοιχεία Πρακτικών της προφορικής ακρόασης της διαδικασίας, αμφισβητώντας το εύρος των δικαιωμάτων που της είχαν ανακοινωθεί. Ωστόσο, η απόφαση της Επιτροπής ήταν σαφής, και στα στοιχεία των πρακτικών για τα οποία η Επιτροπή Ανταγωνισμού έκρινε ότι η ΖΜΘ έχει δυνατότητα πρόσβασης χορηγήθηκε πρόσβαση στη ΖΜΘ, ενώ για τα υπόλοιπα δεν διατηρεί σχετικό δικαίωμα. Επιπλέον, έλαβε χώρα και ρητή δήλωση της ΖΜΘ ενώπιον της Επιτροπής ότι για την αποφυγή ενδεχόμενων δικονομικών ακυροτήτων, κατόπιν και της υποβολής σχετικών επιφυλάξεων εκ μέρους των νομίμων εκπροσώπων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ΑΕ, παραιτείται του δικαιώματος εξέτασης και αντεξέτασης των μαρτύρων των διαδίκων και μάλιστα βάσει της εν λόγω δήλωσης η ΖΜΘ απεχώρησε, ιδία πρωτοβουλία, από τη διαδικασία, μετά την ανάγνωση της Εισήγησης κατά το μέρος που αφορούσε στη Ζυθοποιία Μακεδονίας – Θράκης[97]. Είναι προφανές ότι το εύρος της

σχετίζεται με την ΖΜΘ». Η ΖΜΘ, αναφερόμενη στην προεκτεθείσα απόφαση της Επιτροπής για την κατά τα ανωτέρω συμμετοχή της ΖΜΘ ως τρίτης στη διαδικασία, υποστήριξε ότι σύμφωνα με το υπ' αρ. 92/31.3.2014 Υπόμνημά της προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού, «*η ΖΜΘ, προς σκοπό διασφάλισης της ακεραιότητας της διαδικασίας και ιδίως προκειμένου να μην τεθεί θέμα παραβίασης απορρήτου, παραιτήθηκε από το δικαίωμα της να εξετάσει μάρτυρες των μερών και να αντεξετάσει μάρτυρες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μετά την σαφή δήλωση της ΑΖ ότι δεν προτίθεται να καλέσει μάρτυρες σχετικά με περιστατικά που θεμελιώνουν το έννομο συμφέρον της ΖΜΘ στο Υπόμνημα της ή την Εισήγηση όσο αυτή αφορά την ΖΜΘ*» και ισχυρίσθηκε ότι: «*1ον) η ΖΜΘ, στο πλαίσιο της ανωτέρω απόφασης της ΕπΑντ, δεν παραιτήθηκε του δικαιώματος να αντεξετάσει τους μάρτυρες οποιουδήποτε άλλου μέρους ή της ΕπΑντ στην Υπόθεση στο βαθμό κατά το οποίο αναφερθούν στην ΖΜΘ, και 2ον) η παραίτηση της ΖΜΘ σχετικά με την αντεξέταση των μαρτύρων της ΑΖ ισχύει στο βαθμό κατά τον οποίο η ΑΖ δεν θα καλέσει μάρτυρες σχετικά με το Υπόμνημα της ΖΜΘ ή την Εισήγηση όσο αυτή σχετίζεται με την ΖΜΘ αλλά δεν ισχύει όταν η Επιτροπή Ανταγωνισμού προτίθεται να καλέσει μάρτυρες των οποίων η κατάθεση αναφέρεται στην ΖΜΘ ή η ΑΖ καλέσει μάρτυρες αντίκρουσης για να αντικρούσουν τις εν λόγω καταθέσεις των μαρτύρων της Επιτροπής Ανταγωνισμού*».
Με το ίδιο υπόμνημα (υπ' αρ. πρωτ. 106/11.04.2014) η ΖΜΘ ζήτησε, επικαλούμενη την αρχή της αναλογικότητας, να της δοθεί η δυνατότητα να παρευρεθεί κατά τη διάρκεια της κατάθεσης του […] στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και να της δοθεί η δυνατότητα να απευθύνει ερωτήσεις προς το μάρτυρα. Ειδικότερα, αιτήθηκε: «*1) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να διασφαλίσει τα δικαιώματα της ΖΜΘ οποτεδήποτε κάποιος αντίδικος ή/και οι μάρτυρές τους επικαλούνται το Υπόμνημα(τα) της ΖΜΘ/καταθέσεις των μαρτύρων της ή οποιοδήποτε άλλο γεγονός σχετίζεται με την ΖΜΘ, προφορικώς ή γραπτώς, άμεσα ή έμμεσα και ως εκ τούτου καλέσει τους εκπροσώπους της ΖΜΘ για να απαντήσουν σε οποιαδήποτε δήλωση των διαδίκων και να αντεξετάσουν οποιοδήποτε μάρτυρα σε σχέση με τα ανωτέρω ζητήματα, και ειδικά να επιτραπεί η παρουσία του νόμιμου εκπροσώπου και πληρεξουσίου δικηγόρου της ΖΜΘ στη εξέταση του […], να επιτραπεί να απευθύνουν ερωτήσεις σε αυτόν και σε τυχόν μάρτυρες αντίκρουσης της ΑΖ*».
Βλ. και Αίτηση της ΖΜΘ προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού υπ' αρ. πρωτ. 138/13.05.2014 με την οποία αιτείται ιδίως τη χορήγηση όσων αποσπασμάτων των Πρακτικών αφορούν την εξέταση του μάρτυρα […], καθώς και Αίτηση της ΖΜΘ προς τον Πρόεδρο, υπ' αρ. πρωτ. 159/05.06.2014 (στην οποία η ΖΜΘ αιτείται τη χορήγηση όλων των αποσπασμάτων των Πρακτικών που περιέχουν κάθε πρόταση σχετικά με περιστατικά εικαζόμενης κατάχρησης που περιλαμβάνονται στη δήλωση του νομίμου εκπροσώπου της, στην κατάθεση του μάρτυρά της και στην τελική ανάπτυξη απόψεών της οποιαδήποτε αναφορά που αναφέρεται σε ισχυρισμούς του νομίμου εκπροσώπου της ΖΜΘ, του μάρτυρα της ΖΜΘ και του πληρεξούσιου δικηγόρου της ΖΜΘ σχετικά με τη φύση των εικαζόμενων καταχρηστικών πρακτικών της ΑΖ και τις επιπτώσεις αυτών επί της ΖΜΘ και κάθε αναφορά σε άλλους ισχυρισμούς των προσώπων αυτών, καθώς και κάθε έγγραφο που επικαλέστηκε και κατέθεσε η ΑΖ προς αντίκρουση ισχυρισμών της ΖΜΘ ή της Επιτροπής οι οποίοι στρέφονται κατά της ΑΖ και αφορούν τη ΖΜΘ) και ταυτάριθμη απάντηση του Προέδρου ΕΑ, της 18.06.2014, στην οποία μεταξύ άλλων επισημαίνεται σε σχέση με το εν γένει αίτημα της ΖΜΘ για πρόσβαση σε περαιτέρω τμήμα / στοιχεία Πρακτικών της προφορικής ακρόασης της διαδικασίας ότι στα στοιχεία των πρακτικών για τα οποία η Επιτροπή Ανταγωνισμού έκρινε ότι η ΖΜΘ έχει δυνατότητα πρόσβασης (ήτοι κατά το σημείο που αφορά το μέρος της εισήγησης το οποίο αναφέρει τη ΖΜΘ ως υποστάσα βλάβη από τις ενέργειες της Αθηναϊκής και δη σε σχέση με την εξέταση του μάρτυρα της ΖΜΘ, επί των δεδομένων των συγκεκριμένων αιτιάσεών της για την Αθηναϊκή και κατά το τμήμα ανάπτυξης των απόψεών της κατά το τέλος της διαδικασίας) έχει ήδη δοθεί πρόσβαση στη ΖΜΘ, ενώ για τα υπόλοιπα δεν διατηρεί σχετικό δικαίωμα.
[97] Όπως επισημάνθηκε στην ως άνω απάντηση του Προέδρου (159/18.06.2014), η δήλωση αυτή της ΖΜΘ εξακολουθεί

κατά τα ανωτέρω συμμετοχής της τρίτης επιχείρησης στη διαδικασία δεν μπορεί να επαφίεται στην από εκείνη ανάκληση, ερμηνεία ή τροποποίηση της παραίτησής της από περαιτέρω δικαιώματα. Η πρόσβαση της ΖΜΘ δεν καταλαμβάνει, εξάλλου, και την κατάθεση του μάρτυρος […], ο οποίος κλήθηκε από την Επιτροπή όχι ως μάρτυρας της ΖΜΘ, αλλά αυτεπαγγέλτως στο πλαίσιο της αναζήτησης της αλήθειας των διαμειφθέντων. Επομένως, η πρόσβαση της ΖΜΘ στα πρακτικά ταυτίζεται με την περιορισμένη συμμετοχή της στην προφορική ακρόαση κατά τα ανωτέρω και η ΖΜΘ δεν έχει αξίωση να καταστεί διάδικος. Περαιτέρω, η κατά τα ανωτέρω πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου που της παραδόθηκαν αρκεί για την υποβολή υπομνήματος.

73 Σε σχέση με τους ισχυρισμούς της τρίτης επιχείρησης ΖΜΘ περί του δικαιώματός της ακρόασης, πρέπει εν γένει να σημειωθεί ότι κατά το άρθρο 20 του Συντάγματος (Έννομη προστασία, δικαίωμα προηγούμενης ακρόασης): «*1. Καθένας έχει δικαίωμα στην παροχή έννομης προστασίας από τα δικαστήρια και μπορεί να αναπτύξει σ' αυτά τις απόψεις του για τα δικαιώματα ή συμφέροντά του, όπως νόμος ορίζει. 2. Το δικαίωμα της προηγούμενης ακρόασης του ενδιαφερομένου ισχύει και για κάθε διοικητική ενέργεια ή μέτρο που λαμβάνεται σε βάρος των δικαιωμάτων ή συμφερόντων του*». Με τις διατάξεις του ως άνω άρθρου του Συντάγματος θεσπίστηκαν ρητά δυο βασικά ατομικά δικαιώματα, που συνίστανται στη δυνατότητα κάθε πολίτη, αφενός μεν να ζητήσει την παροχή έννομης δικαστικής προστασίας και αφετέρου να αναπτύξει τις απόψεις του για τα δικαιώματα ή γενικότερα τα (έννομα) συμφέροντά του στο δικαστήριο ή στα αρμόδια όργανα της διοίκησης, πριν την έκδοση της οικείας δικαστικής απόφασης ή διοικητικής πράξης ή της λήψης διοικητικού μέτρου σε βάρος των δικαιωμάτων ή συμφερόντων του. Στη διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού το δικαίωμα αυτό αναφέρεται στα δικαιώματα του αμυνομένου (της καθ' ης η διαδικασία επιχείρησης). Ειδικότερα, το δικαίωμα της προηγούμενης διοικητικής ακρόασης των ενδιαφερομένων, που προβλέπεται από την παρ. 2 του ως άνω άρθρου του Συντάγματος, αποτελεί επέκταση του δικονομικού αξιώματος «μηδένα δικάζειν ανήκουστον» και επί της διοικητικής διαδικασίας, αφορά δε αποκλειστικά τις ατομικές διοικητικές πράξεις, οι οποίες εκδίδονται αυτεπάγγελτα και περιέχουν ρύθμιση, η οποία συνδέεται με την υποκειμενική συμπεριφορά του ενδιαφερομένου και επιφέρει θετική βλάβη στα δικαιώματα ή (έννομα) συμφέροντά του. Κατά τη νομολογία του ΣτΕ, η οποία έχει οριοθετήσει το πεδίο εφαρμογής της γενικής διάταξης του άρθρου 20 παρ. 2 του Συντάγματος, δεν επιβάλλεται η προηγούμενη ακρόαση του ενδιαφερομένου (διοικούμενου), μεταξύ άλλων περιπτώσεων α) όταν πρόκειται για προπαρασκευαστικές πράξεις των ατομικών διοικητικών πράξεων (ΣτΕ 2667/1982, Ε. Σπηλιωτόπουλος Εγχειρ. Διοικ. Δικαίου, έκδοση 2001, παρ. 159 σημ. 16) και β) όταν ο διοικούμενος αναπτύξει τις απόψεις του με υπόμνημα (ΣτΕ 1226/75, 2383/76 κ.λπ). Ως εκ τούτου, οι σχετικοί ισχυρισμοί της ΖΜΘ είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι, διότι, η συμμετέχουσα τρίτη επιχείρηση δεν είναι καταγγελλόμενη (ούτε καταγγέλλουσα, αφού δεν άσκησε το σχετικό δικαίωμά της, εν προκειμένω, ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού), ενώ εξάλλου, μετά την υποβολή της σειράς υπομνημάτων κατά τα προεκτεθέντα και την παράστασή της κατά την επ' ακροατηρίου συζήτηση της υπόθεσης και την

να ισχύει και ανάκληση της ως άνω παραίτησης δεν χωρεί. Κατά δήλωση της ΖΜΘ (υπ' αρ. 106/11.04.2014 υπόμνημα ΖΜΘ ενώπιον της ΕΑ) η παραίτηση αυτή έγινε προς σκοπό διασφάλισης της ακεραιότητας της διαδικασίας και ιδίως προκειμένου να μην τεθεί θέμα παραβίασης απορρήτου.

προφορική ανάπτυξη κατ΄ αυτήν των απόψεών της, υπέβαλε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και πολυσέλιδα υπομνήματα στα οποία «πλήρως και εν εκτάσει» εκθέτει και αναπτύσσει τους ισχυρισμούς της και έτσι, βάσει όλων των ανωτέρω, κατέστησε γνωστή, λυσιτελώς και πλήρως, την άποψή της, δυνάμει της σχετικής δυνατότητας που της παρασχέθηκε από την Επιτροπή[98].

Ειδικώς το αίτημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης για πρόσβαση στον φάκελο

74 Η ΖΜΘ αιτείται να της παρασχεθεί πρόσβαση σε στοιχεία του φακέλου κατά παρέκκλιση της παρ. 9 του άρθρου 15 ΚΛΔ υποστηρίζοντας ότι η διάταξη του άρθρου 15§9 ΚΛΔ που αποκλείει την πρόσβαση στο φάκελο στους τρίτους δεν εφαρμόζεται ως αντίθετη στο άρθρο 2§7 του ν. 3051/2002, όπως ισχύει, ότι η ελεύθερη πρόσβαση στον φάκελο είναι αναγκαία για να προσδιορίσει τις απαραίτητες πληροφορίες που περιέχονται στην Εισήγηση και το φάκελο προκειμένου να βοηθήσει αποτελεσματικά την Επιτροπή Ανταγωνισμού, και ότι η πρόσβαση σε κάθε έγγραφο είναι αναγκαία προκειμένου να συγκεντρώσει τις απαιτούμενες αποδείξεις προς στήριξη και στοιχειοθέτηση αγωγής αποζημίωσης κατά την ΖΜΘ.

75 Το αίτημα αυτό είναι απορριπτέο ως αβάσιμο. Ο ν. 3959/2011 περιέχει ειδική διάταξη (άρθρο 41§3) περί των απορρήτων στοιχείων του φακέλου και της πρόσβασης σε αυτά, σύμφωνα με την οποία «*Τα απόρρητα στοιχεία, τα οποία έχουν σχέση με την εφαρμογή του παρόντος νόμου, αποτελούν μέρος του διοικητικού φακέλου. Οι υπάλληλοι της παραγράφου 2 υποχρεούνται να τηρούν εχεμύθεια, με την επιφύλαξη της διάταξης της παραγράφου 2 του άρθρου 37 του Κ.Π.Δ., για τα στοιχεία που αναφέρονται στο προηγούμενο εδάφιο. Οι προϋποθέσεις, η έκταση, οι εξαιρέσεις, ο χρόνος και η διαδικασία πρόσβασης στο διοικητικό φάκελο των επιχειρήσεων και ενώσεων επιχειρήσεων, κατά των οποίων κινήθηκε η ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού διαδικασία, και των φυσικών ή νομικών προσώπων, που υπέβαλαν καταγγελία, η διαδικασία χρήσης και δημοσιοποίησης των προαναφερόμενων απόρρητων στοιχείων από τη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού, καθώς και κάθε άλλο σχετικό θέμα καθορίζονται, κατά παρέκκλιση από τις γενικές διατάξεις περί του δικαιώματος πρόσβασης στα έγγραφα, από τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Τα απόρρητα στοιχεία της παραγράφου αυτής αποτελούν μέρος του φακέλου, ο οποίος υποβάλλεται στο Διοικητικό Εφετείο Αθηνών και στο Συμβούλιο της Επικρατείας, διατηρώντας τον απόρρητο χαρακτήρα τους. Προς το σκοπό αυτόν τα παραπάνω στοιχεία διαβιβάζονται σε ξεχωριστό τμήμα του διοικητικού φακέλου, το οποίο φέρει την ένδειξη «απόρρητα στοιχεία». Αρμόδιος υπάλληλος του δικαστηρίου διασφαλίζει ότι τα μέρη δε θα έχουν πρόσβαση στα απόρρητα για αυτούς τμήματα του φακέλου, εκτός εάν η πρόσβαση κριθεί αναγκαία για την προάσπιση υπέρτερου συμφέροντος τους, και τους παρασχεθεί σχετική άδεια, κατά το αναγκαίο μέτρο, κατόπιν αιτήσεως τους, από το δικάζον δικαστήριο*».

76 Η διάταξη αυτή του ν. 3959/2011, ακολουθώντας το ενωσιακό δίκαιο[99], ορίζει απόκλιση από τις γενικές

---

[98] Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 29.10.1980, Heintz van Landewyck SARL κ.λπ. κατά Επιτροπής (FEDETAB), συνεκδ. υποθέσεις 209 έως 215 και 218/78, Συλλ. III/Τ207, σκ. 16 – 18.

[99] Ενδεικτικά, στη διάκριση μεταξύ του δικαιώματος πρόσβασης στον φάκελο στις υποθέσεις ανταγωνισμού, και του γενικού δικαιώματος πρόσβασης στα διοικητικά έγγραφα αναφέρεται και η Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την πρόσβαση στο φάκελο [Ανακοίνωση της Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης της Επιτροπής δυνάμει των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ, των άρθρων 53, 54 και 57 της Συμφωνίας ΕΟΧ, και του

διατάξεις του δικαιώματος πρόσβασης στα έγγραφα του Κώδικα Διοικητικής Διαδικασίας, και αποτελεί σαφή εξουσιοδοτική διάταξη που αφορά ειδικώς στην πρόβλεψη των εκεί αναφερόμενων ζητημάτων από τον ΚΛΔΕΑ. Συνιστά, δε, εκτός από μεταγενέστερη, και ειδικότερη διάταξη σε σχέση, μεταξύ άλλων, με την επικαλούμενη από τη ΖΜΘ διάταξη του άρθρου 2§7 του ν. 3051/2002, και, ως τέτοια, κατισχύει της τελευταίας.

77 Σε σχέση με την πρόσβαση στο φάκελο, ο ΚΛΔΕΑ (άρθρο 15 παρ. 9) ορίζει με σαφήνεια, κατ΄ εφαρμογή της προρρηθείσας ειδικής νομοθετικής εξουσιοδότησης, το βασικό κανόνα ότι «οι τρίτοι δεν έχουν πρόσβαση στους φακέλους των υποθέσεων που εκκρεμούν ενώπιον της Επιτροπής», εξ ου και το σχετικό αίτημα της ΖΜΘ είναι απορριπτέο ως αβάσιμο.

78 Εξάλλου, τα σχετικά με την ακρόαση τρίτου δικαιώματα που, κατ' ενάσκηση της διακριτικής της ευχέρειας, μπορεί να χορηγήσει η Επιτροπή στον τρίτο προβλέπονται στο άρθρο 23 του ΚΛΔ, το οποίο πάντως δεν προβλέπει καν τη δυνατότητα παροχής πρόσβασης στην Εισήγηση και τα λοιπά στοιχεία του φακέλου της προδικασίας, παρά μόνο, κατ' απόλυτο διακριτική ευχέρεια της Επιτροπής, στις μη εμπιστευτικές εκδόσεις των υπομνημάτων των μερών ή / και στα πρακτικά της προφορικής διαδικασίας[100].

79 Εκ των ανωτέρω νομοθετικών διατάξεων προκύπτει ότι η ΖΜΘ κανένα δικαίωμα δεν θεμελιώνει σχετικά πέραν των όσων συναφώς αναγνώρισε η Επιτροπή, και τα εν λόγω αιτήματά της[101] πρέπει να

κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 139/2004 του Συμβουλίου (2005/C 325/07), σκ. 2 και πάγια νομολογία. Ειδικότερα, στην Ανακοίνωση ορίζεται ότι: «Το συγκεκριμένο δικαίωμα που σκιαγραφείται ανωτέρω είναι διαφορετικό από το γενικό δικαίωμα πρόσβασης στα έγγραφα δυνάμει του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1049/2001, το οποίο υπόκειται σε διαφορετικά κριτήρια και εξαιρέσεις και επιδιώκει διαφορετικό σκοπό».

[100] Το άρθρο 23 ΚΛΔ ορίζει ότι: «Ακρόαση τρίτων

1. Ο Πρόεδρος, ο Προεδρεύων, η Ολομέλεια ή το Τμήμα της Επιτροπής, στο οποίο συζητείται η υπόθεση, μπορεί να κλητεύσει στη συζήτηση οποιονδήποτε τρίτο, περιλαμβανομένων των προσώπων που αναφέρονται στην επόμενη παράγραφο, ως μάρτυρα, εφόσον κρίνει ότι η συμμετοχή του συμβάλλει στην εξέταση της υπόθεσης.

2. Οποιοσδήποτε τρίτος, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, μπορεί να υποβάλει υπόμνημα σε υπόθεση που συζητείται στην Επιτροπή, τουλάχιστον δεκαπέντε (15) ημέρες πριν τη συζήτηση.

3. Το υπόμνημα του τρίτου κατατίθεται στους Γραμματείς της Επιτροπής, αποτελεί στοιχείο του φακέλου της υπόθεσης και επιδίδεται, με τη φροντίδα εκείνου που το υπέβαλε, στα ενδιαφερόμενα μέρη, τουλάχιστον δέκα (10) ημέρες πριν από τη συζήτηση της υπόθεσης, επί ποινή απαραδέκτου και προκειμένου για υποθέσεις συγκεντρώσεων επιχειρήσεων τουλάχιστον πέντε (5) ημέρες πριν.

4. Εφόσον ο τρίτος που καταθέτει υπόμνημα κατά την παράγραφο 2 θεμελιώνει έννομο συμφέρον, μπορεί να ζητήσει την παρουσία του κατά την προφορική ακρόαση.

5. Κατά την πρώτη συνεδρίαση της υπόθεσης η Επιτροπή αποφαίνεται επί του αιτήματος της παραγράφου 4. Σε περίπτωση που, κατά τη διακριτική της ευχέρεια, κρίνει ότι η συμμετοχή του τρίτου συμβάλλει στη διακρίβωση της αλήθειας, δύναται, κατά περίπτωση, να του επιτρέψει: α) να απευθύνει ερωτήσεις στα μέρη και τους άλλους συμμετέχοντες στη διαδικασία, κατά τα προβλεπόμενα στην παράγραφο 5 του άρθρου 22 για τα μέρη, ή/ και β) να παραλάβει τα πρακτικά της διαδικασίας, ώστε να υποβάλει υπόμνημα μετά το τέλος αυτής, ή/και γ) να παραλάβει αντίγραφα των μη εμπιστευτικών εκδόσεων των υπομνημάτων των μερών».

[101] Βλ. ενδεικτικά υπόμνημα ΖΜΘ 106/11.04.2014, στο οποίο η ΖΜΘ αιτείται «1) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να διασφαλίσει τα δικαιώματα της ΖΜΘ οποτεδήποτε κάποιος αντίδικος ή/και οι μάρτυρές τους επικαλούνται το Υπόμνημα(τα) της ΖΜΘ/καταθέσεις των μαρτύρων της ή οποιοδήποτε άλλο γεγονός σχετίζεται με την ΖΜΘ, προφορικώς ή γραπτώς, άμεσα ή έμμεσα και ως εκ τούτου καλέσει τους εκπροσώπους της ΖΜΘ για να απαντήσουν σε οποιαδήποτε δήλωση των διαδίκων και να αντεξετάσουν οποιοδήποτε μάρτυρα σε σχέση με τα ανωτέρω ζητήματα, και ειδικά να επιτραπεί η παρουσία του νόμιμου εκπροσώπου και πληρεξουσίου δικηγόρου της ΖΜΘ στη εξέταση του κ. [...], να επιτραπεί να απευθύνουν ερωτήσεις σε αυτόν και σε τυχόν μάρτυρες αντίκρουσης της ΑΖ».

απορριφθούν ως αβάσιμα.

80 Τέλος, αλυσιτελώς προβάλλονται οι ισχυρισμοί της ΖΜΘ σχετικά με την πρόσβαση στο φάκελο που αναφέρονται α) στη συλλογή στοιχείων υποστηρικτικών των απόψεών της, και β) στη συλλογή στοιχείων προκειμένου να συγκεντρώσει τις απαιτούμενες αποδείξεις προς στήριξη και στοιχειοθέτηση αγωγής αποζημίωσης την οποία σκοπεύει να ασκήσει κατά της ΑΖ. Ειδικότερα, σε κάθε περίπτωση, στο εν λόγω στάδιο εξέτασης της υπόθεσης πριν την περάτωση των διαδικασιών της αρχής ανταγωνισμού δεν προβλέπεται κάτι πέραν των προεκτεθέντων κανόνων σε σχέση με την πρόσβαση σε στοιχεία προς διευκόλυνση της άσκησης ιδιωτικών αγωγών αποζημίωσης για παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού. Επομένως, εκ των ανωτέρω δεν ιδρύεται αντίστοιχο δικαίωμα του τρίτου, αλλά αντιθέτως στο εν λόγω στάδιο εξέτασης και απόφανσης επί της υπόθεσης δεν προβλέπεται παροχή πρόσβασης σε στοιχεία προς διευκόλυνση της άσκησης ιδιωτικών αγωγών αποζημίωσης για παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού σε τρίτους, ούτε και, προφανώς, είναι αυτός ο στόχος της διαδικασίας που αποσκοπεί στην εξυπηρέτηση του δημόσιου συμφέροντος διασφάλισης της ανταγωνιστικής διαδικασίας.

81 Ανακεφαλαιώνοντας, κατόπιν σχετικής αδείας της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, με την ιδιότητα του τρίτου, συμμετέσχε κατά τα προεκτεθέντα στην προφορική ακρόαση, εξέτασε μάρτυρα και κατέθεσε σειρά εγγράφων και δη διαδοχικά γραπτά υπομνήματα (παρέμβασης τρίτου και συμπληρωματικά υπομνήματα μετά το τέλος της συζήτησης). Ο τρόπος και ο βαθμός της συμμετοχής της ως τρίτου στην προφορική ακρόαση οριοθετήθηκε σύμφωνα με τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης, κατ' απόλυτο διακριτική ευχέρεια της Επιτροπής Ανταγωνισμού η οποία είναι αρμόδια να κρίνει τον τρόπο και το βαθμό με τον οποίο υποβοηθείται το έργο της, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ακεραιότητα της διαδικασίας και τη διασφάλιση των εμπιστευτικών πληροφοριών.

Αίτημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης ως τρίτου σχετικό με αιτίασή της περί κακόπιστης άσκησης ένδικων μέσων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία

82 Με το υπόμνημα υπ' αριθ. πρωτ. 92/31.3.2014 η εταιρία «Ζυθοποιία Μακεδονίας-Θράκης Α.Ε.» προβάλλει ακόμη δύο αιτήματα περί (διαπίστωσης) πρόσθετης κατάχρησης της ΑΖ μέσω της καταχρηστικής / κακόπιστης άσκησης ένδικων μέσων από την ΑΖ και περί παραβίασης του δικαιώματος άμυνας της ΖΜΘ μέσω της καταχρηστικής / κακόπιστης άσκησης ένδικων μέσων[102].

83 Επίσης, με υπόμνημά της της 11.04.2014 η ΖΜΘ αιτείται μεταξύ άλλων από την Επιτροπή Ανταγωνισμού να απαιτήσει από την ΑΖ να σταματήσει τις πρακτικές απειλών ή/και κίνησης αστικών ή/και ποινικών διαδικασιών κατά μαρτύρων που προτείνονται από τα μέρη ή ενδιαφερόμενα τρίτα μέρη, να κρίνει ότι αυτές οι πρακτικές αποδεικνύουν επιπλέον κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ και δη κακόπιστη παρεμπόδιση της έρευνας της Υπόθεσης και της ακροαματικής διαδικασίας και

---

[102] Κατά τη ΖΜΘ, μέσω του εκφοβισμού στη διάρκεια της διαδικασίας η ΑΖ εμποδίζει την έρευνα και παραβιάζει το καθήκον αλήθειας και συνεργασίας και την αρχή της δίκαιης δίκης, ενώ επίσης, κατά τη ΖΜΘ « προσπάθειες να «ακυρωθούν» οι μάρτυρες μέσω νομικών ενεργειών εκτός της αίθουσας ακροάσεως της Επιτροπής Ανταγωνισμού παραβιάζουν τόσο το καθήκον της ΑΖ να συνεργαστεί με καλή πίστη στην έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού όσο και τα δικαιώματα άμυνας των άλλων μερών».

ότι παραβιάζουν το καθήκον της ΑΖ να συνεργαστεί με καλή πίστη στην έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού και να ασκεί καλόπιστα τα δικονομικά δικαιώματά της[103]. Ειδικότερα, η ΖΜΘ κατέθεσε το υπ' αριθ. 106/11.04.2014 υπόμνημά της (σε συνέχεια του υπ' αριθ. 92/31.03.2014 υπομνήματός της στο οποίο είχε αναφερθεί σε απειλή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για λήψη νομικών μέτρων κατά του […] σε σχέση με την από 09.08.2013 προεκτεθείσα εξώδικη δήλωση), και εκθέτει ότι πληροφορήθηκε από το […] ότι στις 21.03.2014 κατατέθηκε στο Μονομελές Πρωτοδικείο Σύρου αγωγή[104] εναντίον του νόμιμου εκπροσώπου της εταιρίας […] με διακριτικό τίτλο «[…]», η οποία επιδόθηκε σε αυτόν στις 08.04.2014. Με την αγωγή αυτή, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και δύο ακόμη ενάγοντες – υπάλληλοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ([…]) στρέφονται κατά του […] για δυσφήμηση και προσβολή της προσωπικότητας τους, αιτούμενοι, μεταξύ άλλων, χρηματική ικανοποίηση με βάση όσα ανέφερε προς την ΖΜΘ (βλ. προεκτεθείσα αναφορά περιστατικού της 29.7.2013 την οποία προσυπέγραψε ο […], και κοινοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού η ΖΜΘ στις 9.8.2013 ως μέρος της Εξώδικης Δήλωσης κατά της ΑΖ). Κατά τη ΖΜΘ, η άσκηση της εν λόγω αγωγής της ΑΖ και των υπαλλήλων της κατά του […] έχει ως προφανή σκοπιμότητα τον εκφοβισμό του […], και είναι νόμω και ουσία αβάσιμη και αόριστη, και συνεπώς κακόπιστη, και η άσκησή της αποτελεί νέο περιστατικό κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ (vexatious litigation).

84 Η ΖΜΘ υπογραμμίζει ότι ενώ η ως άνω εξώδικη δήλωση επιδόθηκε από τις 09.08.2013 στην ΑΖ, η αγωγή ολοκληρώθηκε και κατατέθηκε 8 μήνες μετά και μάλιστα στις 21.03.2014, μία ημέρα μετά την απόφαση της ΕΑ ότι η ΖΜΘ έχει έννομο συμφέρον βάσει της παραγράφου 4 του άρθρου 23 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού περί ακρόασης τρίτων. Η ΖΜΘ επίσης τονίζει ότι η αγωγή επιδόθηκε στο […] στις 8.4.2014, μία μόλις μέρα δηλαδή αφότου ο κ. […] κλητεύθηκε ως μάρτυρας από την Επιτροπή Ανταγωνισμού για να καταθέσει στην εν λόγω ακροαματική διαδικασία στις 14.4.2014. Κατά τη ΖΜΘ, η εν λόγω αγωγή της ΑΖ και των υπαλλήλων της ήταν μέρος μιας στοχευμένης πρακτικής της ΑΖ κατά του […] με σκοπό να τον εκφοβίσει ακριβώς πριν την μαρτυρική του κατάθεση στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την 14.04.2014 και, για το λόγο αυτό, τόσο η κατάθεση της αγωγής κατά τη συγκεκριμένη ημερομηνία όσο και η επίδοσή της στον κ. […] ακριβώς μία μέρα μετά την κλήτευσή του αποτελεί καταχρηστική πρακτική από την πλευρά της ΑΖ.

85 Συναφώς, και στο υπ' αρ. πρωτ. 92/31.03.2014 υπόμνημά της η ΖΜΘ διαμαρτύρεται σε σχέση με τη δήλωση της ΑΖ κατά τη διάρκεια εξέτασης του μάρτυρά της […] από τη ΖΜΘ, περί του ότι θα

---

[103] Με το υπόμνημα υπ' αρ. πρωτ. 106/11.04.2014 η ΖΜΘ ζήτησε: «*[…]2) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να απαιτήσει από την ΑΖ να σταματήσει τις πρακτικές απειλών ή/και κίνησης αστικών ή/και ποινικών διαδικασιών κατά μαρτύρων που προτείνονται από οποιοδήποτε από τα μέρη ή ενδιαφερόμενα τρίτα μέρη που αναφέρονται στις ανωτέρω διαδικασίες,*
3) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να κρίνει ότι οι πρακτικές που αναφέρθηκαν στην Ενότητα 1 του Υπομνήματος ως ανωτέρω ως άμεση ή έμμεση απόδειξη επιπλέον κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ και να την συμπεριλάβει ως έχει στον Φάκελο,
4) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να κρίνει ότι, σε κάθε περίπτωση, οι πρακτικές που αναφέρονται στην Ενότητα 1 ανωτέρω συνιστούν κακόπιστη παρεμπόδιση της έρευνας της Υπόθεσης και της ακροαματικής διαδικασίας και παραβιάζουν το καθήκον της ΑΖ να συνεργαστεί με καλή πίστη στην έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού και να ασκεί καλόπιστα τα δικονομικά δικαιώματά της,
5) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού να καταγράψει την κακοπιστία από την πλευρά της ΑΖ και αυτό να ληφθεί υπόψη σε κάθε περίπτωση αίτησης από πλευράς της ΑΖ για την ανάληψη δεσμεύσεων στην παρούσα Υπόθεση».
[104] Με αριθμό κατάθεσης δικογράφου αγωγής 274/21.3.2014.

κατέθετε αγωγές και ποινικές διαδικασίες κατά του […], και υποστηρίζει ότι πρόκειται για καταχρηστική άσκηση ένδικων μέσων που συνιστά από μόνη της κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Κατά τη ΖΜΘ, η άσκηση αγωγής για συκοφαντική δυσφήμηση σε όποιον καταγγέλλει τις καταχρηστικές πρακτικές είναι μια προσπάθεια εκφοβισμού προκειμένου αυτός να αποσύρει τις δηλώσεις του και να παραμείνει σιωπηλός και συνιστά επίσης παράδειγμα για άλλους χονδρεμπόρους ή τελικά σημεία πώλησης προκειμένου να μην προβούν σε αντίστοιχες μαρτυρίες. Αυτό συνιστά καταχρηστική χρήση των διαδικασιών με αποτέλεσμα την ενίσχυση της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης. Κατά τη ΖΜΘ, η απειλή ή άσκηση ενδίκων μέσων κατά προσώπων που προσέφεραν αποδεικτικά στοιχεία, χρησιμεύει για την απόκρυψη αποδεικτικών στοιχείων και για να σταλεί μήνυμα αντιποίνων σε οποιονδήποτε τρίτο επιθυμεί να εισφέρει αποδεικτικά στοιχεία[105].

Αίτημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης για καταλογισμό σε μητρική

86 Με τα υπομνήματά της η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης έθεσε και το ζήτημα τυχόν ευθύνης της μητρικής εταιρίας της ΑΖ, ήτοι της Heineken NV, και ζήτησε από την Επιτροπή Ανταγωνισμού να επεκτείνει την έρευνά της, ώστε να στοιχειοθετήσει την ευθύνη της εν λόγω μητρικής εταιρίας, προκειμένου – κατά την άποψη της παρεμβαίνουσας – «*να αντανακλά επαρκώς την συμμετοχή της στις αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές που εφαρμόστηκαν στην ελληνική αγορά μέσω του αποφασιστικού ελέγχου της διαχείρισης της θυγατρικής της*»[106]. Παράλληλα, δήλωσε ότι «*έχει καταθέσει ανεξάρτητη καταγγελία κατά της Heineken NV (...) για την από κοινού και εις ολόκληρον ευθύνη της εταιρείας αυτής με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. για τις πιθανές καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης της δεύτερης (ΑΖ), με βάση την ευθύνη της μητρικής εταιρείας*». Περαιτέρω, ζήτησε, στην περίπτωση κατά την οποία η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεχθεί το τεκμήριο της ευθύνης και κινήσει διαδικασία έρευνας στο πλαίσιο της ως άνω «*ανεξάρτητης καταγγελίας*», η νέα αυτή έρευνα να ενωθεί με την έρευνα της παρούσας υπόθεσης «*έτσι ώστε η ΖΜΘ να θεωρηθεί διάδικο μέρος στην έρευνα σχετικά με την μητρική ευθύνη της Heineken NV*».

87 Επισημαίνεται, σχετικώς, ότι ο καταλογισμός της ευθύνης για την παράβαση στη μητρική επιχείρηση συνιστά ευχέρεια, και επ’ ουδενί υποχρέωση, της εθνικής αρχής ανταγωνισμού[107], καθώς και ότι

---

[105] Η ΖΜΘ αιτείται, μεταξύ άλλων από την Επιτροπή Ανταγωνισμού: να απαιτήσει από την ΑΖ να σταματήσει τις πρακτικές απειλών ή/και να κινήσει αστικές ή/και ποινικές διαδικασίες κατά μαρτύρων που προτείνονται από οποιοδήποτε από τα μέρη ή ενδιαφερόμενα τρίτα μέρη που αναφέρονται στις ανωτέρω διαδικασίες – να κρίνει τις πρακτικές που αναφέρθηκαν ως απόδειξη επιπλέον αυτοτελούς κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ και να τη συμπεριλάβει ως έχει στο Φάκελο – να κρίνει ότι παραβιάζουν το καθήκον της ΑΖ να συνεργαστεί με καλή πίστη στην έρευνα της ΕΑ – να σημειώσει την έλλειψη καλής πίστης από την πλευρά της ΑΖ και να ληφθεί υπόψη σε κάθε περίπτωση αίτησης από πλευράς της ΑΖ για ανάληψη δεσμεύσεων προς απόρριψη αυτών.

[106] Προεκτεθέν υπόμνημα της ΖΜΘ 165/18.06.2014 μετά το τέλος της ακροαματικής διαδικασίας.

[107] Βλ. ενδεικτικά Απόφαση ΓενΔικ της 17ης Μαΐου 2011 στην υπόθεση T 299/08, Elf Aquitaine SA κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Συλλ. II-02149, σκ. 60 «*η Επιτροπή έχει την ευχέρεια, αλλά όχι και την υποχρέωση, να καταλογίσει την ευθύνη για μια παράβαση στη μητρική εταιρία*». Βλ. επίσης, επ’ αυτού, απόφαση του Δικαστηρίου της 24ης Σεπτεμβρίου 2009, C 125/07 P, C 133/07 P, C 135/07 P, Erste Group Bank κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. I 8681, σκ. 82, και απόφαση του Πρωτοδικείου της 14ης Δεκεμβρίου 2006, T 259/02 έως T 264/02 και T 271/02, Raiffeisen Zentralbank Österreich κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. II 5169, σκ. 331.

Επίσης, εξ επόψεως Κρατών Μελών της ΕΕ, κάποια δεν έχουν σχετική δυνατότητα (βάσει της αρχής της δικονομικής αυτονομίας), ενώ κάποια άλλα έχουν σχετική διακριτική ευχέρεια. Βλ. σχετικά και Ν. Πίτσο, Ζητήματα ευθύνης της μητρικής για επιχειρηματικές αποφάσεις της θυγατρικής εταιρίας στους ομίλους επιχειρήσεων, ΔΕΕ 11/2013, και R.

πρόκειται για καινοφανές ζήτημα, δεδομένου ότι οι όροι και οι προϋποθέσεις για τον καταλογισμό αντίστοιχης τυχόν ευθύνης δεν εφαρμόζονται κατά τρόπο συνεκτικό σε ευρωπαϊκό επίπεδο (αποκλίσεις στο εθνικό δίκαιο των Κρατών Μελών)[108]. Αλλά και υπό το πρίσμα του εθνικού δικαίου, χρήζουν αποσαφήνισης θέματα που σχετίζονται με τη θεμελιώδη αρχή της αυτοτέλειας του νομικού προσώπου και της προσωπικής ευθύνης της επιχείρησης (προσωποπαγής χαρακτήρας της ευθύνης βάσει του κυρωτικού χαρακτήρα των μέτρων που επιβάλλονται)[109] και την αρχή της ίσης μεταχειρίσεως, καθώς και την αρχή της ασφάλειας δικαίου. Έτσι, το ζήτημα θα μπορούσε να θεωρηθεί καινοφανές, δεδομένου ότι οι ακριβείς όροι και προϋποθέσεις για τη στοιχειοθέτηση τυχόν ευθύνης της μητρικής εταιρίας, δεν προκύπτουν με σαφήνεια από τη νομολογία ή από το νόμο (λαμβανομένου υπόψη και ότι η κρινόμενη παράβαση εκτείνεται σε χρόνο προγενέστερο της από 10.09.2009 Απόφασης Akzo σε ευρωπαϊκό επίπεδο[110]).

88 Εν προκειμένω, η Επιτροπή, στο πλαίσιο της διακριτικής της αυτής ευχέρειας, και μετά από συνεκτίμηση όλων των στοιχείων του φακέλου, καθώς και των συνθηκών της συγκεκριμένης υπόθεσης έκρινε, ομοφώνως, ότι δεν υπάρχουν στοιχεία, αλλ' ούτε και επαρκείς ενδείξεις, ούτε και συντρέχουν υπέρτεροι λόγοι αποτελεσματικότητας που να δικαιολογούν την κίνηση περαιτέρω έρευνας προς αυτή την κατεύθυνση. Κατά την κρίση της Επιτροπής, ο συστημικός (και αποτρεπτικός) χαρακτήρας της παρέμβασης της Επιτροπής στην υπό εξέταση υπόθεση εξυπηρετείται επαρκώς από την έκδοση της παρούσας οριστικής απόφασης. Εξάλλου, ούτε και το ενδεχόμενο συμφέρον της παρεμβαίνουσας ΖΜΘ να καταστεί «*διάδικο μέρος*» δύναται να δικαιολογήσει την κίνηση της αιτούμενης έρευνας προς την κατεύθυνση αυτή στο παρόν στάδιο της διαδικασίας.

89 Ειδικότερα, χωρίς να παραγνωρίζεται η δυνατότητα καταλογισμού της ευθύνης της μητρικής για την παράβαση που διέπραξε η θυγατρική της, συνεκτιμώμενης της σχετικής νομολογίας των Ενωσιακών δικαστηρίων, απαιτείται, σε κάθε περίπτωση, η συνδρομή των συνθηκών εκείνων που – με βάση την αρχή της αναλογικότητας – το επιβάλλουν. Ομοίως, στη μέχρι τώρα διοικητική πρακτική των εθνικών αρχών ανταγωνισμού αυτή η δυνατότητα έχει χρησιμοποιηθεί με μεγάλη φειδώ, και σε ειδικές περιπτώσεις. Όπως προαναφέρθηκε, εν προκειμένω δεν προέκυψαν συγκεκριμένα ευρήματα ή/και αποδεικτικά στοιχεία για άμεση, δηλαδή, και ενεργό συμμετοχή της Heineken NV στις διαπιστωθείσες παραβάσεις[111], αλλ' ούτε και συντρέχουν ειδικές συνθήκες που να επιβάλουν την εφαρμογή του

Burnley, Group Liability for Antitrust Infringements: Responsibility and Accountability, World Competition 33 (2010), σελ. 595(614).

[108] Βλ. ενδεικτικά EU Commission Staff Document SWD (2014) 231/2 "Enhancing competition enforcement by the Member States' competition authorities: institutional and procedural issues" accompanying the 2014 EU Communication on 10 years of antitrust enforcement under Regulation 1.2003, σημ. 76.

[109] Όντως, η έννοια της οικονομικής ενότητας μπορεί να δικαιολογήσει παρεκκλίσεις από την αρχή της προσωπικής ευθύνης όταν αυτές έχουν χαρακτήρα εξαιρέσεως και είναι αναγκαίες για τη διασφάλιση της αποτελεσματικότητας των κανόνων του ανταγωνισμού. Βλ. Προτάσεις ΓΕ Bot της 26ης Οκτωβρίου 2010, συνεκδ. υποθ. C-201/2009 P και C-216/2009 P/ArcelorMittal Luxembourg SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, I-02239.

[110] Απόφαση ΔικΕΕ επί της υπόθεσης, C-97/08 P, Akzo Nobel NV κ.λπ. κατά Επιτροπής, εκδόθηκε στις 10.09.2009 (Συλλ. I-8237, σκ. 77 επ.).

[111] Τουναντίον, υπήρχαν εταιρικές εσωτερικές διαδικασίες συμμόρφωσης που στόχευαν στην αποφυγή παραβιάσεων διατάξεων του ανταγωνισμού (χωρίς, βεβαίως, η παράμετρος αυτή να αποκλείει a priori τη δυνατότητα καταλογισμού της

τεκμηρίου περί ασκήσεως αποφασιστικής επιρροής της μητρικής εταιρίας στη θυγατρική στις περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης.

90 Για όλους τους προαναφερόμενους λόγους, αλλά και συνεκτιμώντας το γεγονός ότι περαιτέρω εκκρεμότητα δεν δικαιολογείται, βάσει και της στάθμισης κόστους-οφέλους σε σχέση με την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού για το σκοπό αποκατάστασης της ανταγωνιστικής διαδικασίας στην αγορά, η Επιτροπή Ανταγωνισμού κρίνει ότι δεν πρέπει να κινηθεί διαδικασία έρευνας κατά της μητρικής επιχείρησης στο πλαίσιο της υπό κρίση υπόθεσης.

IV. ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΥΣΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΩΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΩΝ

Αντικείμενο της καταγγελίας της εταιρίας Μύθος Ζυθοποιία

91 Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται στην καταγγελία της σε πρακτικές δυσχεραίνουσες την απρόσκοπτη εμπορική της λειτουργία τις οποίες αποδίδει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, υποστηρίζει ότι η καθ' ης καταχράται τη δεσπόζουσα θέση την οποία κατέχει στην εγχώρια αγορά ζύθου, μετερχόμενη τις ακόλουθες πρακτικές: α) επιβολή αποκλειστικότητας, β) εκπτώσεις τζίρου - στοχοποίηση, γ) καταβολή ποσών για προσέγγιση πελατείας, δ) καταβολή ποσών για αποκλεισμό ανταγωνιστών από την αγορά και ε) διαφορετική πιστωτική μεταχείριση των χονδρεμπόρων, ήτοι ευνοϊκότερη αντιμετώπιση εκείνων που κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών προωθούν τα προϊόντα της. Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται ειδικότερα σε:

- *Χορήγηση ανοικτών μακροπρόθεσμων δανείων σε μεγάλους χονδρεμπόρους* [που] *έχει σαν αποτέλεσμα την εξάρτηση των τελευταίων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τον περιορισμό της ανάπτυξης άλλων προμηθευτών.*

- *Χορήγηση υψηλών πιστώσεων προς τους χονδρεμπόρους με αποτέλεσμα τη συνέχιση της συγκεκριμένης εξάρτησης τους από φόβο απώλειας των πιστωτικών πλεονεκτημάτων σε περίπτωση συνεργασίας με άλλη ανταγωνιστική εταιρία.*

- *Χορήγηση στους χονδρεμπόρους δωρεάν κιβωτίων (στα […] κιβώτια […] δώρο) στα προϊόντα της […] και […] τα οποία έχουν παρουσιαστεί ως προϊόντα ελληνικής παράδοσης και ταυτότητας προς το σκοπό της άσκησης πίεσης προς τη μπίρα ΜΥΘΟΣ.*

- *Παροχή μεγαλύτερων πιστώσεων στους χονδρέμπορους που δεν αγοράζουν προϊόντα της ΜΥΘΟΣ.*

- *Στην περίπτωση κατά την οποία […].*

ευθύνης στη μητρική επιχείρηση σε μελλοντικές υποθέσεις). Συναφώς, η έλλειψη ευρημάτων ή/και επαρκών ενδείξεων προς την κατεύθυνση καταλογισμού ευθύνης στη μητρική (τουλάχιστον για μέρος της διερευνηθείσας χρονικής περιόδου) επιβεβαιώνεται ακόμη και με βάση τα στοιχεία που προσκόμισε η ίδια η παρεμβαίνουσα.

- Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει […] σε μεγάλους χονδρεμπόρους ένα […].[112].

Οι βασικές θέσεις της καθ' ης

92 Η ΑΖ υποστηρίζει ότι είναι εσφαλμένη και δεν αποδεικνύεται η αιτίαση ότι η ΑΖ επεδίωκε την αποκλειστικότητα στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τα ράφια των super markets και τις επιχειρήσεις της χονδρεμπορικής αγοράς που δεν συνεργάζονταν μαζί της κατ' αποκλειστικότητα. Κατά την ΑΖ, οι αποδιδόμενες παραβάσεις στηρίζονται είτε σε στρεβλή ερμηνεία συμβατικών όρων είτε σε δηλώσεις ανταγωνιστών ή σε μεμονωμένες θέσεις πελατών/χονδρεμπόρων με παρελθόν δύσκολης συνεργασίας με την ΑΖ. Η ΑΖ ισχυρίζεται επιπλέον ότι και αν γίνει δεκτό ότι επεδίωκε την αποκλειστικότητα, η επιδίωξη αυτή δεν συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, επειδή κατά τα λεγόμενά της η αποκλειστική προμήθεια δεν αποτελεί per se απαγορευμένη συμπεριφορά. Κατά την ΑΖ, επιπλέον, και αν γίνει δεκτό ότι η ΑΖ κατέχει δεσπόζουσα θέση, δεν επέρχονται αποτελέσματα αποκλεισμού στην αγορά, δεδομένου ότι οι αντισυμβαλλόμενοί της έχουν ανά πάσα στιγμή τη δυνατότητα να σταματήσουν τη συνεργασία μαζί της, χωρίς καμία επίπτωση και δεδομένου ότι μόνο κατ' εξαίρεση υπάρχουν γραπτές συμβάσεις μεταξύ της ΑΖ και των πελατών της.

93 Περαιτέρω, η ΑΖ προβάλλει ότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός στο στάδιο διεκδίκησης εισόδου στο σημείο πώλησης και σε αυτό επικρατεί συνήθως ο προμηθευτής εκείνος που είναι διατεθειμένος να κάνει τις περισσότερες παραχωρήσεις στους πελάτες του. Η ΑΖ ισχυρίζεται ότι στην αγορά αυτή δεν μπορεί να γίνει λόγος για δεσπόζουσα θέση ενώ προβάλλει το επιχείρημα ότι επιπλέον κριτήριο για την επιλογή προμηθευτή από τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης αποτελεί και η ζήτηση των σημάτων. Επίσης, επικαλείται ότι στις σχέσεις σημείων πώλησης-προμηθευτών την ισχυρή θέση έχουν τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης. Κατά την ΑΖ, επίσης, σε αλυσίδες επιτόπιας κατανάλωσης διεθνώς επικρατεί η πρακτική της προμήθειας από ένα κατά κανόνα προμηθευτή (έτσι π.χ. σε καταστήματα ταχείας εστίασης διεθνώς ο προμηθευτής cola είναι ένας) και κατά τη γνώμη της στην αγορά της μπίρας που οι μάρκες είναι περισσότερες, δεν θα ήταν εύλογο να είχε ο κάθε προμηθευτής αξίωση να «βρίσκεται» σε καθένα κατάστημα. Επομένως, η ΑΖ υποστηρίζει ότι ακόμη και αν υποτεθεί ότι η ΑΖ επεδίωκε την αποκλειστικότητα (πράγμα που αρνείται), η «διεκδίκηση» της αποκλειστικότητας γίνεται στο πλαίσιο μιας έντονα ανταγωνιστικής διαδικασίας, ενώ τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης «ανοίγουν» στον ανταγωνισμό ανά τακτά διαστήματα και είναι σε θέση να επιλέγουν προμηθευτές βάσει της καλύτερης προσφοράς. Συμπερασματικά, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι δεν έχει προβεί σε καταχρηστικές πρακτικές ούτε έχει παρακωλύσει τη λειτουργία του ανταγωνισμού στην αγορά, ότι δεν αποδείχθηκε ότι προκλήθηκε ζημία στον καταναλωτή, ότι δεν υπήρξε υπερτιμολόγηση ούτε υποτιμολόγηση εκ μέρους της ΑΖ ούτε αποκλεισμός ανταγωνιστών, και ότι οι ανταγωνιστές μπόρεσαν να εισέλθουν και να επεκταθούν στην

---

[112] Η ύπαρξη του ανωτέρω λογισμικού ερευνήθηκε από τη Ε.Α. Κατά τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε στη χονδρεμπορική εταιρία– πελάτη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, «[…]», η οποία χρησιμοποιεί το εν λόγω λογισμικό πρόγραμμα, δεν προέκυψε κάποιο επιβαρυντικό στοιχείο όσον αφορά στη λειτουργία του συγκεκριμένου προγράμματος. Η λειτουργία του πληροφοριακού συστήματος εξετάστηκε επιτόπου από τα στελέχη της Ε.Α. με έτερο επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε κατά την ίδια ημέρα και στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με σκοπό την εξέταση της λειτουργίας του εν λόγω λογισμικού, κατά τη διάρκεια του οποίου δεν υπήρξαν ευρήματα που να εγείρουν προβληματισμούς ως προς τη χρήση του.

αγορά. Κατά την ΑΖ, στις περιπτώσεις όπου ανταγωνιστές δεν αναπτύχθηκαν κατά τις δικές τους προσδοκίες, αυτό οφείλεται σε εσφαλμένες επιχειρηματικές επιλογές και όχι στη συμπεριφορά της ΑΖ. Κατά την ΑΖ δεν προκλήθηκε αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην αγορά από τις πρακτικές της ΑΖ, αλλά αντιθέτως η τελευταία παρουσίαζε σημαντική και διαχρονική πτώση των μεριδίων αγοράς της καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου έρευνας. Τέλος, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι στην έρευνα της Υπηρεσίας δεν εξετάσθηκαν τα αποτελέσματα των εξεταζομένων πρακτικών της ΑΖ στην αγορά και ότι η Εισήγηση στηρίζεται σε δηλώσεις και καταγγελίες τρίτων και αγνοεί τις καταθέσεις στοιχείων της ΑΖ και τις ευνοϊκές αναφορές ανταγωνιστών και πελατών της ΑΖ που προέκυψαν κατά την έρευνα.

94 Σε σχέση με τα key accounts και τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης η ΑΖ υποστηρίζει ότι οι αλυσίδες εστιατορίων ταχείας εστίασης χρειάζονται έναν προμηθευτή ανά κατηγορία προϊόντος και έναν κωδικό προϊόντος, ότι επιλέγουν οι ίδιες τους προμηθευτές τους με μεθόδους που προσιδιάζουν σε διαδικασία διαγωνισμού και ότι διαθέτουν αυξημένη διαπραγματευτική ισχύ έναντι των προμηθευτών τους. Επίσης, προβάλλει ότι τα μικρότερα τελικά σημεία λιανικής πώλησης κατά κανόνα διαθέτουν πληθώρα σημάτων ζύθου, της ΑΖ και άλλων εταιριών, και ότι στις λίγες περιπτώσεις που διαθέτουν μόνο ή κατά κύριο λόγο σήματα της ΑΖ, οι ίδιες οι επιχειρήσεις το αποδίδουν σε δικά τους επιχειρηματικά κριτήρια και στη ζήτηση των καταναλωτών-πελατών τους. Η σηματοποίηση οιουδήποτε σημείου κατανάλωσης αποτελεί αγορά διαφημιστικού χώρου, επιλέγεται δε με κριτήρια αποτελεσματικότητας της διαφήμισης και δεν συνδέεται με τις αγορές προϊόντων.

95 Κατά την άποψη της ΑΖ, η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών δεν συνιστά αντάλλαγμα αποκλειστικότητας ούτε κεκρυμμένη έκπτωση πίστης, αλλά η διαφημιστική δαπάνη είναι αυξημένη σε σχέση με την κατανάλωση προϊόντων στις περιπτώσεις όπου λόγω της θέσης του το σημείο κατανάλωσης έχει μεγάλη διαφημιστική αξία και υψηλή επισκεψιμότητα (όπως ενδεικτικά χώροι αεροδρομίων). Συναφώς, σε σχέση με τη μέθοδο […] στο πλαίσιο των αιτιάσεων για επιβολή αποκλειστικότητας, η ΑΖ διαψεύδει ότι αυτή αποτελεί στρατηγική επιβολής αποκλειστικότητας και ισχυρίζεται ότι αποτελεί εργαλείο εσωτερικής οργάνωσης και εκπαίδευσης προσωπικού της ΑΖ. Επίσης, κατά την ΑΖ, η εταιρία δεν πραγματοποιεί πωλήσεις προϊόντων κάτω του κόστους.

96 Η ΑΖ υποστηρίζει ότι δεν υπήρξε αποκλειστική συνεργασία της ΑΖ με χονδρεμπόρους, ότι η διάρθρωση και λειτουργία της αγοράς των χονδρεμπόρων δεν επιτρέπει την ανάπτυξη σχέσεων αποκλειστικότητας και ότι τυχόν συνεργασία χονδρεμπόρων με έναν μόνο προμηθευτή οφείλεται σε δική τους επιχειρηματική επιλογή και όχι σε εκτέλεση σχετικής υποχρέωσης. Κατά την ΑΖ, η πολιτική πιστώσεών της ήταν ενιαία για όλους τους χονδρεμπόρους, εφαρμοζόταν χωρίς διακρίσεις και όποιες αποκλίσεις συνίσταντο σε στάση ανοχής της ΑΖ έναντι δικαιολογημένων καθυστερήσεων πραγματικής πληρωμής.

97 Σε σχέση με τη χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης προ της καλοκαιρινής περιόδου (περίοδος αιχμής) ή/και προ ανατιμήσεων η ΑΖ υποστηρίζει ότι αυτό αποτελούσε πρακτική όλης της αγοράς και εφαρμοζόταν ισομερώς έναντι όλων των πελατών της ΑΖ. Αναφέρει, επίσης, ότι δεν υπήρξε ποτέ ούτε μπορούσε να υπάρξει αποθεματοποίηση των αποθηκών των χονδρεμπόρων με προϊόντα της ΑΖ λόγω του μεγέθους τους αλλά και της ταχύτητας διάθεσης των προϊόντων αυτών στην αγορά, ακόμη και στις περιόδους μεγαλύτερης πίστωσης. Περαιτέρω, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι δεν έθετε στόχους αγορών σε χονδρεμπόρους ούτε χορηγούσε εκπτώσεις στόχων ή άλλα σχετικά κίνητρα και επιβραβεύσεις. Σε

σχέση με την παράδοση λευκών επιταγών από χονδρεμπόρους και την παραχώρηση προσημειώσεων, η ΑΖ επισημαίνει ότι αποτελούν πρακτικές της αγοράς και εξυπηρετούν σκοπούς εξασφάλισης πληρωμής αγορασθέντων προϊόντων και όχι μέσο πίεσης για μελλοντικές αγορές. Κατά την ΑΖ, περαιτέρω, οι τριγωνικές παραδόσεις αποτελούν πρακτική της αγοράς προς αποτελεσματικότερη διακίνηση των προϊόντων και δεν συνδέονται με τυχόν αποκλειστικότητα. Τέλος, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι δεν έχει προβεί σε διακριτική μεταχείριση των συνεργαζόμενων χονδρεμπόρων.

98 Κατά την ΑΖ, η εταιρία δεν έθετε στόχους αγορών στα σούπερ-μάρκετ και δεν χορηγούσε εκπτώσεις στόχου ή πίστης ή άλλες επιβραβεύσεις και κίνητρα για αύξηση αγορών. Η ΑΖ ισχυρίζεται ότι ο όρος περί «ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού» που περιείχετο σε 4 συμβάσεις της ΑΖ με σούπερ-μάρκετ αποσκοπούσε στην αντιμετώπιση τυχόν ελλείψεων προϊόντων της ΑΖ στο ράφι ("out of stock") και δεν αποτελούσε κίνητρο για αύξηση αγορών ή/και αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Κατά την ΑΖ, η διαπραγματευτική ισχύς των σούπερ-μάρκετ απέκλειε τη δυνατότητα της ΑΖ να ασκήσει επ' αυτών οποιαδήποτε πίεση για αύξηση των αγορών τους.

Άποψη της […]

99 Η […] το 2005 επεσήμανε[113] ότι η συγκέντρωση μεγάλου μεριδίου αγοράς σε μεμονωμένη επιχείρηση που «μπορεί να οδηγήσει a priori σε συγκέντρωση διαπραγματευτικής ισχύος που δημιουργεί δυσκολίες στη λειτουργία του ανταγωνισμού και στην είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο. […] όταν ένας χονδρέμπορος συνεργάζεται με μια οποιαδήποτε επιχείρηση επί πολλά χρόνια ή και δεκαετίες και έχει δημιουργήσει προσωπικές σχέσεις με ανθρώπους, ψυχολογικές και ψυχικές με προϊόντα και ταύτιση εμπορικών και οικονομικών συμφερόντων είναι πάντοτε δύσκολο στις νέες επιχειρήσεις να διεισδύσουν με ομοειδή προϊόντα». Επίσης, στο πλαίσιο της επιτόπιας έρευνας που διεξήχθη το 2012, ο […] και στελέχη πωλήσεων της εταιρίας αναφέρθηκαν επίσης σε πρακτικές που εφαρμόζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι οποίες δυσχεραίνουν τη δραστηριότητα της […]. Οι εν λόγω πρακτικές οι οποίες αφορούν κυρίως σε υψηλά επίπεδα οικονομικών παροχών σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις[114] και σε αποκλειστικές σχέσεις συνεργασίας συνοδευόμενες συνήθως από δελεαστικά οικονομικά ανταλλάγματα σε δημοφιλή καταστήματα της «κρύας» αγοράς.

Άποψη της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

---

[113] Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 4237/13.7.05 υποβολή στοιχείων.

[114] Χαρακτηριστικά αναφέρεται η δήλωση του […] της εταιρίας […], ο οποίος, σε σχέση με τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους στο πλαίσιο της διανομής των προϊόντων της εταιρίας μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, και οι οποίες οφείλονται σε πρακτικές ανταγωνιστριών εταιριών αναφέρει: *«[τ]ο μόνο που μπορώ να εντοπίσω είναι ένας έντονος ανταγωνισμός των παικτών της αγοράς σε επίπεδο οικονομικών παροχών, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι εγώ δεν μπορώ να συμμετέχω με δυσβάσταχτο κόστος, το οποίο μπορεί να αποβεί εις βάρος της πορείας της επιχείρησης. […] ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών αυξήθηκε με περαιτέρω αποτέλεσμα την αύξηση της διαπραγματευτικής ικανότητας των Χ/Ε έναντι των μεγάλων παικτών»*. Αντίστοιχα, η […], επισημαίνει για το νησί […] τα ακόλουθα: *«[ο]ι όποιες δυσκολίες έχουν να κάνουν με μεγαλύτερες παροχές που δίνουν οι άλλες εταιρίες ([…]) τις οποίες εμείς δεν είμαστε σε θέση πάντα να ακολουθήσουμε, όμως η παρουσία μας είναι ενεργή στο νησί λόγω της ζήτησης του προϊόντος. Ενδεικτικά αναφέρω ότι ως παροχές εννοώ: προωθητικούς κωδικούς, παροχές δωρεάν προϊόντων, χρηματικές συμφωνίες»* (υπογρ. της Εισήγησης).

100 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, το 2005[115], αναφέρθηκε σε *«ανυπέρβλητες δυσκολίες»* τις οποίες αντιμετώπισε από την είσοδό της στον κλάδο, το 1998. Κατά την άποψη της εταιρίας, η ύπαρξή της στην αγορά επετεύχθη χάρη στη *«σθεναρή»* της στάση, στην *«πλειάδα σημάτων»* που έχει δημιουργήσει και στις *«εξευτελιστικά χαμηλές τιμές»* στις οποίες αναγκάστηκε να πωλεί με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζει ζημίες. Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τη δήλωση της εταιρίας οι ανταγωνιστικές της επιχειρήσεις προβαίνουν σε πρακτικές *για την εξαφάνισή τους από την αγορά* οι οποίες περιλαμβάνουν *τον αποκλεισμό από τα υφιστάμενα δίκτυα διανομής με προτροπή των εμπόρων να μην αγοράσουν μπίρα από τη ΖΜΘ, είτε με απειλές, είτε με δελεαστικές προσφορές καθώς και με τη σύναψη συμβάσεων αποκλειστικής διανομής των ανταγωνιστικών προϊόντων. Ως προς τα τελικά σημεία πώλησης, κατά τη ΖΜΘ οι έμποροι που τα προμηθεύουν αρνούνται να διανείμουν τα δικά της προϊόντα, ενώ οι ανταγωνίστριες εταιρίες προτρέπουν τους καταστηματάρχες να πάψουν να εμπορεύονται τη μπίρα της ΖΜΘ με αντάλλαγμα την προσφορά των δικών τους προϊόντων σε χαμηλότερη τιμή ή τη δωρεάν κατασκευή τεντών,τη δωρεάν προμήθεια εξοπλισμού κλπ. Επίσης αναφέρει ότι ο χονδρέμπορος/διανομέας - συνεργάτης των ανταγωνιστών - απειλεί ευθέως τον καταστηματάρχη με διακοπή της πίστωσης και άμεση καταβολή τοις μετρητοίς των οφειλόμενων καθώς και διακοπή της τροφοδοσίας του καταστήματος του με τα διανεμόμενα από τον χονδρέμπορο προϊόντα*[116] [117].

Απόψεις λοιπών ανταγωνιστών

101 Η […] ανέφερε ότι οι ανταγωνιστές της δεν της επέτρεψαν να εξαντλήσουν τα όποια περιθώρια ζήτησης υπήρχαν στα συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς που δραστηριοποιήθηκε αφού είτε

---

[115] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 3639/24.6.05 υποβολή στοιχείων.

[116] Επίσης, η εταιρία αναφέρει ότι: *«[ε]ντελώς ενδεικτικά, αναφέρουμε την προσπάθεια αποδιοργάνωσης της επιχείρησής μας από τα στελέχη της με συνεχείς προτροπές σε εργαζόμενους μας για παραίτηση με παράλληλη υπόσχεση για καταβολή σημαντικών χρηματικών ποσών και εξεύρεση νέας θέσης εργασίας στην περιοχή, το άδειασμα των δεξαμενών πετρελαίου των φορτηγών μας, το "σκάσιμο" των ελαστικών του αυτοκινήτου του Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρίας μας, που γινόταν σε συστηματική βάση για χρονική περίοδο τριών εβδομάδων τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της εταιρίας μας, τη διασπορά ψευδών ειδήσεων σε τελικά σημεία πώλησης από εμπόρους συνεργάτες των ανταγωνιστών μας περί δήθεν κλεισίματος της εταιρίας μας και εξαγοράς της από τους ανταγωνιστές μας, εκτόξευση απίστευτων απειλών σε βάρος της εταιρίας μας και της Διοίκησης της μέσω τρίτων προσώπων κλπ»*.

[117] Επίσης, το 2012 η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με υποβολή και με υπομνήματα που κατέθεσε στην Ε.Α., κατά τα προεκτεθέντα (βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 υπόμνημα, καθώς και τα υπ' αριθ. πρωτ. 2173/7.3.13 και 2960/5.4.13 Συμπληρωματικά υπομνήματα που ακολούθησαν) έκανε περαιτέρω αναφορές σε πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας οι οποίες οδηγούν στον αποκλεισμό της από δίκτυα διανομής και σημεία επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας και ιδίως πρακτικές δέσμευσης τελικών σημείων μέσω της χορήγησης δελεαστικών οικονομικών ανταλλαγμάτων με αποτέλεσμα την επίτευξη de facto αποκλειστικότητας. Σχετικά δε με το κανάλι των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η ΖΜΘ επεσήμανε κυρίως την παροχή κινήτρων εκ μέρους της καθ' ης υπό τον όρο της ύπαρξης αποκλειστικής συνεργασίας, και τη χορήγηση εκπτώσεων πίστης και επίτευξης στόχων. Επίσης, η εταιρία αναφέρθηκε σε πιέσεις που δέχθηκαν επιχειρηματίες από την καθ' ης με σκοπό τον εκτοπισμό της διακίνησης των σημάτων της. Η εταιρία υποστήριξε ότι λόγω αυτών των καταχρηστικών πρακτικών υπέστη αποκλεισμό από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και σημεία λιανικής, αυξημένο κόστος διανομής, ίδρυσης και λειτουργίας, εξαναγκάστηκε σε αναποτελεσματική εμπορική πολιτική και αντιμετώπισε γενικότερη δυσκολία να παραμείνει στην αγορά. Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης είχε την δυνατότητα να αποκτήσει πρόσβαση σε ορισμένες πιο απομακρυσμένες περιοχές μόνο με υψηλότερο κόστος ενώ επίσης δεν μπορούσε να έχει πρόσβαση σε άλλες απομακρυσμένες περιοχές, π.χ. σε πολλά νησιά και εμποδίστηκε και ακόμα εμποδίζεται να αποκτήσει πρόσβαση στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας και στους πιο κερδοφόρους πελάτες της επιτόπιας αγορά.

ακολούθησαν με μεγαλύτερες προσφορές παρεμφερών προϊόντων, είτε ενέτειναν τα προγράμματα προώθησης των δικών τους εμπορικών σημάτων, είτε αύξησαν τις έμμεσες παροχές και εκπτώσεις προς τα δίκτυα διανομής και τα τελικά σημεία πώλησης. Ο διαχειριστής της […] επεσήμανε[118] ότι οι προμηθευτές του εξωτερικού διστάζουν να κάνουν μεγάλες επενδύσεις στην Ελλάδα, καθώς υπάρχει μία εταιρία με μεγάλο ποσοστό στην Ελλάδα, το δίκτυο της οποίας μπορούν δύσκολα να ανταγωνιστούν. Εξάλλου, πέραν των "Heineken" και "Amstel", και εισαγόμενα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχουν υψηλά μερίδια αγοράς, π.χ. στην κατηγορία weiss, η "Erdinger", στην κατηγορία red, η "McFarland". Επίσης ανέφερε ότι τα τελικά σημεία συχνά διστάζουν να διακόψουν τη συνεργασία τους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και να συνάψουν αποκλειστική συνεργασία με μικρότερες εταιρίες. Αυτό συμβαίνει διότι αν τυχόν κάτι πάει στραβά με τη μικρή αυτή εταιρία και χρειαστεί να επιστρέψει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, πιθανολογεί ότι ο πωλητής της τελευταίας θα τον "τιμωρήσει" για την "απιστία" του δίνοντάς του μικρότερες παροχές. Κατά την […], η αγορά φοβάται να αφήσει την Αθηναϊκή Ζυθοποιία».

102 Περαιτέρω, η εισαγωγική εταιρία […], αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε πρακτικές επιβολής αποκλειστικότητας, χορήγησης εκπτώσεων τζίρου και στοχοποίησης, καθώς και καταβολής ποσών αποσκοπώντας στην προσέγγιση πελατείας και στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά προς το σκοπό της *διατήρησης* της δεσπόζουσας θέσης της στην αγορά μπίρας και του *«ουσιαστικού εκμηδενισμού και παραγκωνισμού κάθε άλλου ανταγωνιστή της»*. Ο καταθέτων αναφέρθηκε σε συγκεκριμένα παραδείγματα εφαρμογής παρόμοιων πρακτικών εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τα οποία χαρακτηρίζει ως *«ελάχιστα παραδείγματα της συμπεριφοράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και του τρόπου που αντιλαμβάνεται τον ανταγωνισμό»*. Επιπλέον, επεσήμανε ότι *«[σ]ε όλη την αγορά είναι διάχυτη η επιθυμία να αναπτυχθούν και άλλοι ανταγωνιστές στον κλάδο, η επιθυμία όμως αυτή είναι αδύνατον να πραγματοποιηθεί όσο οι παράγοντες της αγοράς και των δικτύων διανομής παραμένουν δεμένοι στο άρμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*[119].

---

[118] Στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου στην εταιρία του στις […]. Κατά την περίοδο του ελέγχου η εταιρία συνεργαζόταν μεταξύ άλλων με […].

[119] Σε ένορκη κατάθεση του Εμπορικού της […], της […]2012, την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία, ανέφερε σχετικά με τις δυσκολίες που αντιμετώπισε κατά την προώθηση στην αγορά του εμπορικού σήματος « […]»*[...] και από το 2000 και μετά ότι στην εγχώρια αγορά ήδη η ΑΖ είχε εγκαθιδρύσει την παντοδυναμία της και χρειάστηκε ιδιαίτερη προσπάθεια και [...] για να μπορέσει η [...] να βρει τη θέση της στην αγορά. Διευκρίνισε δε ότι ενώ για άλλες μάρκες ήταν απαγορευτική η συνύπαρξη με προϊόντα της συγκεκριμένης εταιρίας, σε σχέση με την [...] η ΑΖ επέδειξε μεγαλύτερη «ανοχή». Ωστόσο,* αναφορικά με τη διακίνηση εκ μέρους της […], ο […] της […] επισημαίνει ότι: *«[τ]α πράγματα άλλαξαν όταν η Εταιρία μας αποφάσισε να επεκταθεί στη σχετική αγορά το [...]*[119] *[...] Η κίνηση αυτή εάν δεν θορύβησε σίγουρα ανησύχησε τους ανταγωνιστές μας και ιδίως την "ΑΖ" που αντέδρασε στην είσοδο τόσων και τόσο σημαντικών μαρκών με ιδιαίτερα επιθετικό τρόπο και σε πολλές περιπτώσεις με μεθόδους και συμπεριφορές που δεν αρμόζουν στον ηγέτη του χώρου αλλά αποτελούν μορφές κατάχρησης της ηγετικής θέσης που έχει στην αγορά [...]. Είναι προφανές ότι, [...], αυτό δεν αποτελούσε πιθανή "απειλή" για τον ηγέτη της κατηγορίας. Όταν όμως ο "μονοπωλιακός ηγέτης" της κατηγορίας στην Ελληνική αγορά είδε ότι [...], αυτό άλλαξε τα δεδομένα».*

103 Τέλος, ο ανταγωνιστικός πολυεθνικός οίκος « […]» επεσήμανε το 2008 ότι η συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λειτουργεί ανασταλτικά στην προσπάθεια εδραίωσης ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στην αγορά[120], ότι ενώ δεν υφίστανται σημαντικά νομικά εμπόδια για την είσοδο στην ελληνική αγορά ζύθου, οι διανομείς αντιμετωπίζουν σημαντικές δυσκολίες στην πώληση και συγκεκριμένα στο κανάλι της «κρύας» αγοράς λόγω των πρακτικών που εφαρμόζονται από την εταιρία η οποία κατέχει ηγετική θέση στην αγορά και λόγω του ελέγχου που αυτή ασκεί στα κανάλια διανομής. Επίσης, ανέφερε ότι η ΑΖ, ηγέτης στην αγορά, προβαίνει σε συστηματική χρήση π.χ. συμβάσεων αποκλειστικότητας και εκπτώσεων στόχων, για να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά και για να αποκτήσει νέους πελάτες, ενώ είναι πολύ δύσκολο, αν όχι αδύνατο, για ένα νέο παίκτη να διεισδύσει στην αγορά. Σύμφωνα με την «[…]», υπήρξε εξαιρετικά δύσκολο για εκείνη να διεισδύσει στην αγορά/δίκτυο διανομής ώστε τα προϊόντα της να φθάσουν στον τελικό καταναλωτή.

V. ΣΧΕΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

V.1 Προσφορά στον κλάδο της ζυθοποιίας[121]

V.1.1. Εισαγωγικά

104 Ο εγχώριος κλάδος της ζυθοποιίας χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης καθώς, όπως αναλύεται στη συνέχεια[122], το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς αντιστοιχεί σε μία επιχείρηση, την ΑΖ. Ο παραγωγικός τομέας αποτελείται από μικρό αριθμό επιχειρήσεων, ωστόσο τα τελευταία χρόνια παρατηρείται περιορισμένη είσοδος στον κλάδο νέων παραγωγικών εταιριών ιδίως με χαρακτηριστικά μικροζυθοποιίας[123].

105 Στην εγχώρια αγορά μπίρας κυκλοφορεί σχετικά μεγάλος αριθμός εμπορικών σημάτων, ορισμένα εκ των οποίων εισάγονται από παραγωγικές εταιρίες με συγκριτικά μικρό, ωστόσο, όπως εκτίθεται στη συνέχεια, μερίδιο αγοράς. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της ζυθοποιίας επιδιώκουν τη διαφοροποίηση των σημάτων που ήδη διατίθενται στην αγορά, ενίοτε με ανανέωση της συσκευασίας σε εμφάνιση και χωρητικότητα[124] και, επιπλέον, με δημιουργία νέων τύπων προϊόντων, ή με εισαγωγές νέων εμπορικών σημάτων προκειμένου να διατηρήσουν ή να ενισχύσουν τη θέση τους στην αγορά. Στην εξεταζόμενη αγορά δραστηριοποιούνται επίσης εισαγωγικές επιχειρήσεις, οι οποίες συνήθως δραστηριοποιούνται στον ευρύτερο κλάδο των ποτών και ειδών διατροφής, και διαθέτουν σχετικά μικρές ποσότητες μπίρας· στις περισσότερες δε περιπτώσεις, οι πωλήσεις από τα εξεταζόμενα προϊόντα καλύπτουν μικρό ποσοστό του συνολικού κύκλου εργασιών τους.

---

[120] […].

[121] Πληροφορίες αντλήθηκαν και από τις κλαδικές μελέτες της ICAP για τη ζυθοποιία Ιουνίου 2007, Μαΐου 2009 και Απριλίου 2011.

[122] Βλ. σχετ. ενότητα περί μεριδίων αγοράς.

[123] Η οργανωμένη ζυθοποιία στην Ελλάδα εμφανίστηκε το 1864 με το εργοστάσιο του Ιωάννη Γ. Φιξ. Στη συνέχεια, δημιουργήθηκαν και άλλες παραγωγικές μονάδες, οι οποίες δεν υφίστανται πλέον. Το 1962 ιδρύθηκε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Από τότε μέχρι σήμερα έχουν προστεθεί στον κλάδο επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται είτε με την παραγωγή, είτε με τις εισαγωγές μπίρας. Ο όρος μικροζυθοποιείο περιγράφει τα ζυθοποιεία που αναπτύσσουν μικρής κλίμακας παραγωγή και απευθύνονται σε συγκεκριμένα επιμέρους τμήματα της αγοράς. Είναι σύνηθες το μικροζυθοποιείο να διαθέτει το προϊόν του στις εγκαταστάσεις του.

[124] Βλ. Παράρτημα Ι (υπό «ΓΕΝΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΖΥΘΟΥ»).

106 Η αγορά μπίρας διακρίνεται στην «κρύα» αγορά ή αγορά επιτόπιας κατανάλωσης που περιλαμβάνει καταστήματα όπως εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ, κέντρα διασκέδασης, στα οποία καταναλώνεται το προϊόν επιτόπου, και στη «ζεστή» αγορά ή αγορά μελλοντικής κατανάλωσης που απευθύνεται στην οικιακή κατανάλωση. Σύμφωνα με τη μελέτη της ICAP του 2007, το […] της συνολικής κατανάλωσης μπίρας αντιστοιχούσε στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης, ενώ η αντίστοιχη μελέτη του 2011 υπολογίζει το αντίστοιχο ποσοστό σε […][125]. Η μετατόπιση της κατανάλωσης, έστω και σε μικρό ποσοστό, από την «κρύα» στη «ζεστή» αγορά, αποδίδεται κυρίως στη μείωση του εισοδήματος των καταναλωτών με συνέπεια τον περιορισμό των εξόδων για διασκέδαση και την αύξηση της οικιακής κατανάλωσης.

V.1.2 Παρουσίαση επιχειρήσεων του κλάδου

107 Πέραν της καθ' ης και της καταγγέλλουσας (περί των οποίων βλ. ανωτέρω), στην παραγωγή ζύθου στην Ελλάδα δραστηριοοιούνται και οι ακόλουθες επιχειρήσεις

Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε.

108 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, με αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή μπίρας, ιδρύθηκε το 1996 με έδρα την Κομοτηνή, όπου και διατηρεί το ζυθοποιείο της. Ιδρυτές και μέτοχοι της Εταιρείας είναι η οικογένεια Πολιτόπουλου. Η ΖΜΘ ξεκίνησε την παραγωγή και διανομή της μπίρας «Βεργίνα» (Premium Lager) τον Φεβρουάριο του 1998[126]. Η εταιρεία χρησιμοποιεί για τη διακίνηση των προϊόντων της μικτό δίκτυο διανομής. […] ποσοστό της παραγωγής της εξάγεται[127].

Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε.

109 Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε. (εφεξής και «Ολυμπιακή Ζυθοποιία) συμφερόντων του […] ξεκίνησε πλήρεις δραστηριότητες το 2000 και είχε, μέχρι και το 2008, την εκμετάλλευση του εμπορικού σήματος FIX. Στις […] ολοκληρώθηκε η εξαγορά και απορρόφησή της από την εταιρία «Ελληνικές Μικροζυθοποιίες Α.Ε.» η οποία μετονομάστηκε εκ νέου σε «Ολυμπιακή Ζυθοποιία Α.Ε.» το 2010[128]. Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία διατηρεί παραγωγικές εγκαταστάσεις στη Ριτσώνα Ευβοίας. […], ενώ […] οι […] και […]. Τον Απρίλιο του 2010, υπό τη νέα διοίκηση της εταιρίας, επαναλανσαρίστηκε στην ελληνική αγορά το σήμα FIX Hellas. Η FIX Dark αποτελεί το δεύτερο σήμα της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, το οποίο παρουσιάστηκε το 2012. Τα προϊόντα της εξάγονται σε πολλές χώρες ανά τον κόσμο (κυρίως Ευρωπαϊκές). Προς το παρόν οι εξαγωγές καλύπτουν πολύ μικρό ποσοστό της παραγωγής[129].

Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε.

110 Η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε. (εφεξής και «Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης») με αντικείμενο δραστηριότητας την παραγωγή, εισαγωγή και διάθεση μπίρας ιδρύθηκε το 1989. Το 1996 άλλαξε την

---

[125] Στην αντίστοιχη μελέτη του 2009 το εν λόγω ποσοστό υπολογιζόταν σε […].
[126] Πληροφορίες αντλήθηκαν και από το site της εταιρίας: http://www.verginabeer.com.
[127] Βλ. […].
[128] Η Ελληνικές Μικροζυθοποιίες Α.Ε. έως την εξαγορά του σήματος FIX Hellas και την απορρόφηση της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας ΑΕ, εμπορευόταν τα σήματα Genesis και B29 *[...]*.
[129] Στοιχεία αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.olympicbrewery.gr και από την […].

επωνυμία της από Lowenbrau Hellas A.E. σε Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης Α.Ε. Η διανομή των προϊόντων […]. Η εταιρία διατηρεί παραγωγική μονάδα στην Αταλάντη Φθιώτιδας και διακινεί ιδίως τα εμπορικά σήματα Berlin και Pils Hellas, τα οποία παράγει, και Krombacher, Blue Island, Acrobau, Augustijn, Gulden Draak και Acrobau Hell Alkoholfrei. Το 2011 η αναδιάρθρωση της εταιρίας περιέλαβε και την αλλαγή της εταιρικής της ονομασίας σε «ΕΖΑ Πρότυπος Ελληνική Ζυθοποιία»[130].

Λοιπές παραγωγικές εταιρίες

111 Ορισμένες ακόμη ζυθοποιίες, μικρού, ως επί το πλείστον, μεγέθους ή τοπικής εμβέλειας, που δραστηριοποιούνται στην αγορά αναφέρονται ακολούθως. Η εταιρία «ΒΑΠ. Π. ΚΟΥΓΙΟΣ Α.Β.Ε.Ε.» με έδρα τη Ρόδο διακινεί το σήμα VAP draft beer. Η επιχείρηση «ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ. ΕΜΜ. Α.Ε.» η οποία επίσης εδρεύει στη Ρόδο διακινεί το σήμα Magnus Magister ([…][131]). Η Ρεθυμνιακή Ζυθοποιία Α.Β.Ε.Ε. παράγει τη μπίρα Brink's (πρώην «Ρεθυμνιακή»). Επίσης, στην ελληνική αγορά δραστηριοποιούνται τα τελευταία χρόνια μικροζυθοποιίες όπως η εταιρία «ΠΕΙΡΑΪΚΗ ΜΙΚΡΟΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» με έδρα τη Δραπετσώνα, η οποία παράγει και διαθέτει την μπίρα ΠΕΙΡΑΪΚΗ από το 2005, η ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ ΑΦΟΙ Ο.Ε. «Septem Μικροζυθοποιία» (ιδρύθηκε το 2005 και ξεκίνησε δραστηριότητες το 2009)[132].

Εισαγωγικές εταιρίες

112 Αναφορικά με τις εισαγωγικές επιχειρήσεις του κλάδου, κατά την υπό εξέταση περίοδο έχουν δραστηριοποιηθεί κυρίως στην ελληνική αγορά οι: «ΟΚ ΑΘΗΝΑ Ε.Π.Ε.» (με τα εμπορικά σήματα Ambre des Flandres, Amsterdam Navigator, Asahi, Belzebuth, Blue Moon, Carlin, Cobra, Coors light, Estrella Damm, Fruli, Gambrinus, Grolsch, Hertog Jan, Hobgoblin, Judas, Kozel Dark, Lapin Kulta, La Chouffe, London Pride, Maredsous, Mary Rose, Miller Genuine Draft, Mort Subite, Peroni Nastro Azzurro, Pilsner Urquell, Quilmes, Samuel Adams, Schlenkerla, Sierra Nevada, Veltins, Zwickl)[133], «DEALS Α.Ε.» (Achel, Bosteels, Chimay[134], Corsendonk, Het Anker, Huyghe, John Martin, Orval, Rochefort, Sint Bernardus, Urthel, Bavaria, Groesch, La Trappe, Grolsch, Radeberger Pils, 1795 Budweiser, Bernard, Fisher Tradition, Fisher Ambree, Sapporo, Guinness Special Export, Anchor, Flying Dog, John Martin, Menabrea Bionda, Menabrea Ambrata, Jever, Dab, Schosser, Clausthalen, Weihenstephan, Samichlauss, Gayant, Pelforth, Urthel, Van Honsebrouck, Verhaeghe, Westmalle, Timmermans)[135], «ΑΜΒΥΞ Α.Ε.» (Bud, Beck's, Boddingtons, Brahma, Franziskaner, Hoegaarden, Stella Artois, Leffe, Lowenbrau)[136], «ΜΑΡΒΟ Α.Β.Ε.Ε.» (Paulaner, Warsteiner), «Ο.Κ. ΣΕΡΒΙΣΕΣ Α.Ε.» (Veltins), «CONCEPTS Ε.Π.Ε.» (Tucher, Budweiser)[137].

V.1.3 Δίκτυα Διανομής

---

[130] Πληροφορίες αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας: http://www.eza.gr.
[131] Βλ. […].
[132] Ibid.
[133] Στοιχεία αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.okathens.gr.
[134] Το εμπορικό σήμα Chimay εισάγεται και από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ.
[135] Στοιχεία αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.deals.com.gr.
[136] Στοιχεία αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.amvyx.gr.
[137] Στοιχεία αντλήθηκαν και από την ιστοσελίδα της εταιρίας http://www.concepts.gr.

113 Η ανάπτυξη και η διατήρηση ή βελτίωση ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής αποτελεί προϋπόθεση για μία εταιρία προκειμένου να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά και να διεισδύσει σε νέες αγορές. Όπως επισημαίνει η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[138]: *«[α]ναμφισβήτητα, το γεγονός ότι τόσο στη νησιωτική όσο και στην ηπειρωτική Ελλάδα είναι διασκορπισμένα 110.000 διαφορετικά σημεία πώλησης μπύρας, αποδεικνύει ότι η πρόσβαση ενός παραγωγού μπύρας σε ένα αποτελεσματικό δίκτυο διανομής ήταν και παραμένει απαραίτητη προϋπόθεση, για την διατήρηση της θέσης του στην αγορά, την πρόσβασή του σε νέες αγορές και τη διατήρηση της ικανότητάς του να είναι αποτελεσματικός ανταγωνιστής. Η συγκεκριμένη δομή της αγοράς καθιστά αναγκαία την βελτίωση και τροποποίηση των συστημάτων διανομής. Περαιτέρω, τονίζεται ότι τα δίκτυα διανομής λειτουργούν ως σημαντικές πηγές πληροφόρησης για τους προμηθευτές καθώς μέσω αυτών οι προμηθευτές ενημερώνονται για όλες τις τάσεις στη συγκεκριμένη αγορά, όπως π.χ. για τις προτιμήσεις των καταναλωτών».*

114 Η διάθεση μπίρας στην ελληνική αγορά πραγματοποιείται μέσω διαφόρων εμπορικών καναλιών. Οι μεγάλες εταιρίες του κλάδου διακινούν τα προϊόντα τους μέσω ιδίου δικτύου διανομής ή μέσω χονδρεμπόρων ή μέσω αντιπροσώπων. Στην πλειονότητα των περιπτώσεων, οι εταιρίες διοχετεύουν τα προϊόντα τους στην αγορά μέσω ενός συνδυασμού ιδίου δικτύου διανομής και χονδρεμπόρων. Η διανομή αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την πρόσβαση στα σημεία πώλησης. Το μεγαλύτερο μέρος της «κρύας» αγοράς, δεδομένου του μεγέθους της ([…] σημεία επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας) και της γεωγραφικής της διασποράς ανά την ελληνική επικράτεια, εφοδιάζεται από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τη Μύθος Ζυθοποιία[139]: *«το δίκτυο διανομής που "καταλαμβάνουν" και εξυπηρετούν οι Χονδρέμποροι εκτιμάται στο [65-75]% της συνολικής αγοράς της μπίρας ενώ στην "κρύα" αγορά εκτιμάται ότι εξυπηρετούν σχεδόν το [85-95]% της αγοράς. Επιπρόσθετα, μία μικρή μερίδα των χονδρεμπόρων που δεν ξεπερνά το [15-25]% των σχετικών επιχειρήσεων σε όλη την Ελλάδα εξυπηρετεί το [75-85]% και πλέον της αγοράς»*[140]. Οι εταιρίες του κλάδου πωλούν προϊόντα ζύθου στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες με τη σειρά τους τα διαθέτουν στα καταστήματα ανά την ελληνική επικράτεια ανάλογα με το γεωγραφικό διαμέρισμα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Οι όροι της εμπορικής συμφωνίας διάθεσης (στα σημεία που δεν είναι άμεσοι[141] πελάτες της καθ' ης)

---

[138] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[139] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8573/08.12.08 υποβολή στοιχείων.

[140] Αντίστοιχα, η […] αναφέρει σχετικά: *«[τ]ο δίκτυο πρατηρίων ποτών και αναψυκτικών είναι το σημαντικότερο δίκτυο διάθεσης των προϊόντων μπύρας. Ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων (εκτιμάται μεγαλύτερος από 1.400) διακινεί περίπου το 70-80% των συνολικών ποσοτήτων μπύρας στην Ελλάδα. Τα πρατήρια μεταπωλούν σε καταστήματα κρύας αγοράς (ταβέρνες, ψησταριές, εστιατόρια, πιτσαρίες, ξενοδοχεία, μπαράκια, night club, καφετέριες κλπ. που υπολογίζονται σε περίπου 75.000 σημεία) αλλά και σε εστίες κατανάλωσης της ζεστής αγοράς (super market, mini market, μπακάλικα, περίπτερα κλπ. που υπολογίζονται σε περίπου 65.000 σημεία)».* Επιπλέον, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης τονίζει τα ακόλουθα: *«[λ]αμβάνοντας υπόψη ότι τα καταστήματα της "κρύας" αγοράς ανέρχονται σε 80.000 και τα καταστήματα της "ζεστής" αγοράς σε 30.000, η διανομή αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την πρόσβαση στα σημεία πώλησης. Εν όψει του τεράστιου αριθμού των καταστημάτων, η διαφοροποίηση και η γεωγραφική διασπορά σε όλη την επικράτεια και η εποχικότητα, η διατήρηση ιδίου δικτύου διανομής (φορτηγά, κέντρα εφοδιασμού κλπ) είναι ιδιαίτερα περίπλοκη. Επομένως, οι χονδρέμποροι είναι σημαντικοί για την πρόσβαση των ανταγωνιστών στα τελικά σημεία πώλησης, λαμβανομένων υπόψη, της εμπειρίας τους στη διανομή μπίρας, του αναπτυγμένου δικτύου πωλήσεών τους, της πελατείας τους και των παγιωμένων σχέσεών τους με τους λιανέμπορους (αυτή είναι πληροφορία που προέρχεται από διάφορες μαρτυρίες)».*

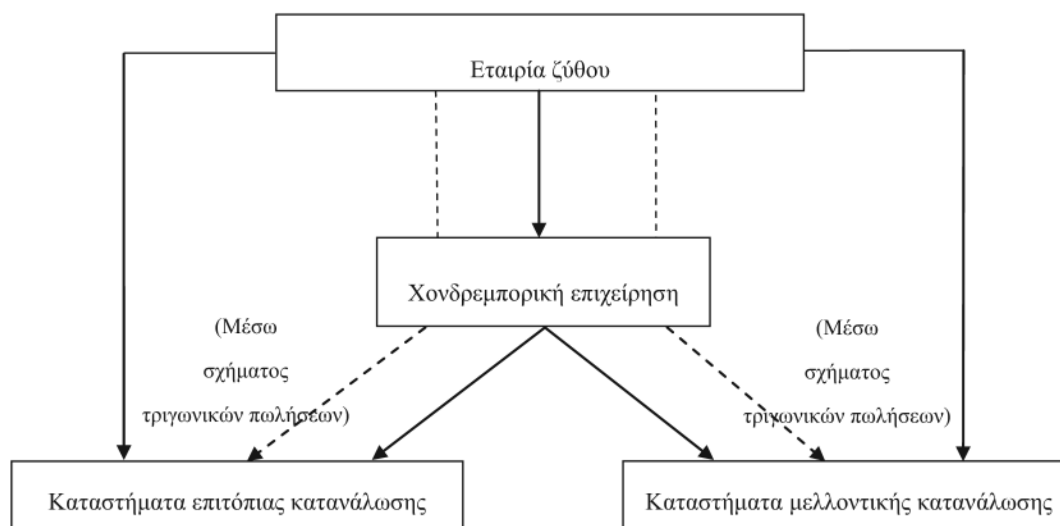
[141] Σύμφωνα με την ΑΖ (υπόμνημα της 04.03.2015, σ. 137) οι άμεσοι πελάτες της ΑΖ –πελάτες που προμηθεύονται προϊόντα απευθείας από την ΑΖ-, οι οποίοι ελάμβαναν αμοιβή «για παροχή υπηρεσιών διαφήμισης και προβολής», […].

αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης μεταξύ του τελικού σημείου και της χονδρεμπορικής επιχείρησης, ωστόσο, ανεξαρτήτως αυτού, πραγματοποιούνται και επαφές της εταιρίας ζύθου απευθείας με τους εκπροσώπους των καταστημάτων με σκοπό την προώθηση των προϊόντων της και τη διεξαγωγή σχετικών ενεργειών. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, η καθ' ης χορηγεί η ίδια απευθείας τις χρηματικές παροχές στους πελάτες -επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης- ανεξαρτήτως του εάν αυτοί θεωρούνται άμεσοι ή έμμεσοι πελάτες της. Περαιτέρω, στο πλαίσιο εξυπηρέτησης κεντρικών συμφωνιών οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις αναλαμβάνουν το ρόλο του ενδιάμεσου για τον εξοπλισμό καταστημάτων που ανήκουν σε μεγάλες αλυσίδες ή Ομίλους, ωστόσο δεν διαπραγματεύονται οι ίδιες τους εμπορικούς όρους διάθεσης.

115 Η αναλογία εφοδιασμού από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης («ζεστή» αγορά) -η οποία απαρτίζεται κυρίως από […] σούπερ μάρκετ και άλλα καταστήματα τροφίμων και […] καταστήματα ευκολίας (convenience stores)- είναι κατά κανόνα μικρότερη. Περαιτέρω, στο πλαίσιο της εξυπηρέτησης των καταστημάτων της «ζεστής» αγοράς, κατά κύριο λόγο, χρησιμοποιείται το σύστημα των τριγωνικών πωλήσεων μεταξύ των εταιριών και των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Κατά την καταγγέλλουσα: *«Η ζεστή αγορά αντίστοιχα εξυπηρετείται απευθείας από τις Εταιρίες του κλάδου σε ότι αφορά στις μεγάλες και μεσαίες αλυσίδες super market μέσω κεντρικών συμφωνιών που συνάπτουν με τις παραγωγούς/εμπορικές εταιρίες. Επειδή όμως σε ορισμένες περιπτώσεις ειδικά στην επαρχία ή στις περιπτώσεις μικρών ομίλων ή καταστημάτων "ζεστής" αγοράς η απευθείας εξυπηρέτησή τους από τις Εταιρίες του κλάδου είναι πρακτικώς δύσκολη (...) τα τελευταία αυτά καταστήματα προμηθεύονται τα εμπορεύματα μας μέσω των επονομαζόμενων τριγωνικών πωλήσεων, δηλαδή με παράδοση των εμπορευμάτων από τους τοπικούς χονδρεμπόρους κατόπιν δικής μας εντολής για το οποίο οι τελευταίοι εισπράττουν μια σχετική αμοιβή. Οι τριγωνικές πωλήσεις εντάσσονται και υπάγονται στις πωλήσεις προς τη ζεστή αγορά παρότι διενεργούνται μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων»*. Με αυτόν τον τρόπο οι εταιρίες έχουν τη δυνατότητα να παρακολουθούν με ακρίβεια τις πωλήσεις τους σε κάθε πελάτη που εξυπηρετείται από το συγκεκριμένο σχήμα.

116 Ακολούθως παρατίθεται διαγραμματικά η απεικόνιση της διάθεσης των προϊόντων ζύθου στην αγορά από τις μεγάλες εταιρίες του κλάδου.

Διάγραμμα V.1



117 Όπως προκύπτει από σχετικά στοιχεία που προσκόμισαν οι πέντε μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου (βλ. και παρακάτω κατά την παρουσίαση των μεριδίων αγοράς των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων) το μεγαλύτερο κατά κανόνα μερίδιο των πωλήσεών τους (με την εξαίρεση της […] από το 2004 και έπειτα) διοχετεύεται σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Στα διαγράμματα που ακολουθούν εμφανίζονται οι εν λόγω ποσοστιαίες αναλογίες αξίας και όγκου πωλήσεων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις επί των συνολικών.

Διάγραμμα V.2^{α}

[…]

Διάγραμμα V.2^{β}

[…]

118 Στις ως άνω αναλογίες δεν περιλαμβάνονται στα μεγέθη των πωλήσεων προς τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, οι αξίες πωλήσεων που πραγματοποιούν οι εταιρίες μέσω των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων υπό το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων. Τα ανωτέρω ποσοστιαία μεγέθη κυμαίνονται σε υψηλότερα επίπεδα εάν ληφθούν υπόψη και οι συγκεκριμένες πωλήσεις (ανάλογα με το βαθμό στον οποίο κάθε εταιρία χρησιμοποιεί το εν λόγω σχήμα με τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις).

V.1.4 Διαφημιστική δαπάνη μπίρας

119 Η διαφήμιση γνωστοποιεί το προϊόν στους καταναλωτές, επηρεάζει τη ζήτησή του και την κατευθύνει σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα, και χρησιμοποιείται ευρέως από τις επιχειρήσεις του κλάδου. Η κατεύθυνση προς συγκεκριμένο εμπορικό σήμα διαφοροποιεί τεχνητά τα εμπορικά σήματα μεταξύ τους[142] και μπορεί να αποτελεί εμπόδιο εισόδου για νεοεισερχόμενα εμπορικά σήματα στην αγορά. Σχετικά με το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης για μπίρα ανά μέσο ενημέρωσης (τηλεόραση, εφημερίδες, περιοδικά και ραδιόφωνο), και τη διαφημιστική επένδυση ανά εμπορικό σήμα κατά την περίοδο 2005 – 2010 βλέπε Πίνακα ΙΙΙ.18 του Παραρτήματος Ι.

V.2 Ζήτηση στον κλάδο της ζυθοποιίας[143]

V.2.1 Χαρακτηριστικά και παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση

120 Βασικό χαρακτηριστικό της ζήτησης μπίρας στην Ελλάδα είναι η εποχικότητα. Η ζήτηση μπίρας στη χώρα μας κορυφώνεται μεταξύ των μηνών Μαΐου και Σεπτεμβρίου[144]. Οι υψηλότερες θερμοκρασίες και

---

[142] Τα προϊόντα τα οποία υφίστανται τεχνητή διαφοροποίηση λόγω της διαφήμισης και όχι βάσει φυσικών χαρακτηριστικών τους ή από παράγοντες της παραγωγικής διαδικασίας τους, εμφανίζονται ως διαφοροποιημένα προϊόντα στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

[143] Πληροφορίες για τη σύνταξη του συγκεκριμένου κεφαλαίου αντλήθηκαν και από τις κλαδικές μελέτες της ICAP για τη ζυθοποιία Ιουνίου 2007, Μαΐου 2009 και Απριλίου 2011.

[144] Σύμφωνα με […].

γενικότερα η επιμήκυνση του καλοκαιριού είναι παράγοντες που μπορούν να οδηγήσουν σε αυξημένη κατανάλωση μπίρας. Το στοιχείο της εποχικότητας συνδυάζεται και με την τουριστική κίνηση προς τη χώρα μας η οποία έχει σαφή θετική επίδραση στην εγχώρια κατανάλωση μπίρας. Στο Διάγραμμα V.3 που ακολουθεί εμφανίζεται η πορεία της τουριστικής κίνησης στη χώρα μας κατά την περίοδο των ετών 2000 – 2009[145].

Διάγραμμα V.3

[…]

121 Η διαφήμιση είναι σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τη ζήτηση υπέρ των διαφημιζόμενων εμπορικών σημάτων. Περαιτέρω, εταιρίες του κλάδου προωθούν τα εμπορικά σήματά τους και μέσα από διάφορα χορηγικά προγράμματα, όπως αθλητικά γεγονότα κ.λπ.

122 Σχετικά με την επίδραση της τιμής διάθεσης των προϊόντων ζύθου στο μέγεθος της ζήτησης, η άποψη τόσο της Μύθος Ζυθοποιίας όσο και της […] είναι ότι η ζήτηση των προϊόντων ζύθου είναι ελαστική σε σχέση με μεταβολές της τιμής διάθεσής τους στην αγορά. Η Μύθος Ζυθοποιία αποδίδει την ως άνω σχέση στην απουσία πίστης του καταναλωτή προς συγκεκριμένη μάρκα μπίρας ή προς επώνυμα προϊόντα. Η […] υπογραμμίζει την πίστη στη μάρκα και εκτιμά ότι η ζήτηση είναι ελαστική ως προς την τιμή, αλλά μόνο σε μεγάλες μονομερείς μεταβολές της τιμής, που υπερβαίνουν το 10%. Ειδάλλως, κατά την εν λόγω εταιρία, μια ανατίμηση, εκτός από κάποιες βραχυπρόθεσμες αυξομειώσεις της ζήτησης, ουσιαστικά δεν επηρεάζει την αγοραστική συμπεριφορά. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναφέρει, στον αντίποδα, ότι […]. Συγκεκριμένα, η καθ' ης επισημαίνει: *« […]»*[146].

123 Αντίθετα με τα ανωτέρω, τέλος, η […] εκτιμά ότι υφίσταται ισχυρή σχέση πίστης των καταναλωτών έναντι των σημάτων ζύθου στην οποία οφείλεται και η ανελαστικότητα ζήτησης που επιδεικνύουν έναντι μεταβολών των τιμών. Η εταιρία εκτιμά ότι είναι μικρή η πιθανότητα μετατόπισης της ζήτησης των καταναλωτών «*από τη μπίρα σε άλλες κατηγορίες προϊόντων, όπως κρασί, αναψυκτικά και αλκοολούχα ποτά, λόγω αύξησης της τιμής της*»[147].

V.3 Σχετικές αγορές

---

[145] Με βάση την έρευνα της ICAP η οποία χρησιμοποίησε ως πηγή πληροφοριών στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ., […].
[146] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.2005 υποβολή στοιχείων.
[147] Αναλυτικότερα, η […] επισημαίνει ότι: *«[η] μπίρα ανήκει στην κατηγορία των καταναλωτικών προϊόντων επώνυμης ζήτησης. Οι καταναλωτές προτιμούν συγκεκριμένα σήματα μπίρας, ανάλογα με το γευστικό πρότυπο, τη συσκευασία και κυρίως την εικόνα και φήμη του προϊόντος και παρουσιάζουν σχετικά μικρή ελαστικότητα ως προς την τιμή πώλησης ανταγωνιστικών προϊόντων. Οι καταναλωτές επιλέγουν, εάν η ταυτότητα κάθε σήματος έχει αξία ύπαρξης και εφόσον προτιμούν το προϊόν, το αγοράζουν. Εάν πάλι δεν το προτιμούν, δεν το αγοράζουν και το καταδικάζουν σε οικονομικό μαρασμό και σε απόσυρση από την αγορά. [...] Μικρή εκτιμούμε ότι είναι η πιθανή μετακίνηση του καταναλωτή από τη μπίρα σε άλλες κατηγορίες προϊόντων, όπως κρασί, αναψυκτικά και αλκοολούχα ποτά, λόγω αύξησης της τιμής της. Από τα αλκοολούχα ποτά, σχετική ανταγωνιστική κατηγορία με παρόμοια χρηστικότητα όπως η μπίρα, φαίνεται να είναι τα λεγόμενα ready to drink προϊόντα που πωλούνται συσκευασμένα σε φιάλες 33cl σε café, bar και disco και super market. Η τιμή πώλησης αυτών των προϊόντων τυγχάνει εν γένει σημαντικά υψηλότερη της μπίρας και κατά συνέπεια μόνο σχετικά μεγάλες μεταβολές στις συγκριτικές τιμές τείνουν να οδηγήσουν σε υποκατάσταση των κατηγοριών. Η μπίρα στην Ελλάδα καταναλώνεται σε μεγάλο ποσοστό συνοδευτικά στο φαγητό και σε συσκευασία φιαλών 50cl και με έντονη εποχικότητα που τυγχάνει αντίθετη της εποχικότητας του κρασιού. Στο τμήμα εκείνο συμπίπτουν η κατανάλωση μπίρας και κρασιού, ενώ οι διαφορές στην τιμή προφανώς θα διαμορφώνουν και την προτίμηση των καταναλωτών»*.

V.3.1 Εισαγωγικά

124 Με τον ορισμό της σχετικής αγοράς προσδιορίζονται τα όρια εντός των οποίων ασκείται ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων. Ο ορισμός αυτός επιτρέπει τον καθορισμό του πλαισίου εντός του οποίου εφαρμόζεται η εθνική και ενωσιακή την ενωσιακή πολιτική ανταγωνισμού. Βασικός στόχος είναι ο συστηματικός εντοπισμός των περιορισμών εκείνων που υφίσταται ο ανταγωνισμός στον οποίο υπόκεινται οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις. Ο ορισμός μιας αγοράς, τόσο όσον αφορά τα προϊόντα όσο και τη γεωγραφική διάστασή της, έχει ως στόχο τον προσδιορισμό των πραγματικών ανταγωνιστών, οι οποίοι είναι σε θέση να επηρεάσουν τη συμπεριφορά των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και να τις εμποδίσουν να ενεργούν ανεξάρτητα από τις πιέσεις που επιβάλλει ο πραγματικός ανταγωνισμός. Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους, λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους ή της σκοπούμενης χρήσης τους[148]. Από οικονομική άποψη, για τον καθορισμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος, η υποκατάσταση από την πλευρά της ζήτησης αποτελεί το πλέον άμεσο και αποτελεσματικό μέσο ελέγχου των προμηθευτών ενός δεδομένου προϊόντος, ιδίως όσον αφορά τις αποφάσεις τους για τον καθορισμό των τιμών. Από την άλλη πλευρά, οι περιορισμοί που προκύπτουν αναφορικά με τη δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς είναι, κατά κανόνα, λιγότερο άμεσοι και απαιτούν την ανάλυση και άλλων παραγόντων και, ως εκ τούτου, λαμβάνονται πρωτίστως υπόψη σε μεταγενέστερο στάδιο (δηλ. στο στάδιο της ουσιαστικής αξιολόγησης από την άποψη του ανταγωνισμού)[149].

125 Η σχετική αγορά στο πλαίσιο της οποίας πρέπει να εξετάζεται ένα συγκεκριμένο πρόβλημα όσον αφορά τον ανταγωνισμό προσδιορίζεται με το συνδυασμό της αγοράς του σχετικού προϊόντος και της γεωγραφικής αγοράς. Η αγορά του σχετικού προϊόντος περιλαμβάνει όλα τα προϊόντα ή και τις υπηρεσίες που είναι δυνατόν να εναλλάσσονται ή να υποκαθίστανται αμοιβαία από τον καταναλωτή, λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών και της χρήσης για την οποία προορίζονται. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά[150].

V.3.2 Σχετική αγορά προϊόντος στην κρινόμενη υπόθεση

Η άποψη της καταγγέλλουσας

126 Σύμφωνα με την Καταγγελία, ως σχετική αγορά από πλευράς προϊόντος προσδιορίζεται η αγορά της

---

[148] Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Ευρ. Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 7 και σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty).

[149] Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, ό.π. σημ. 13-14, και ΠΕΚ Τ-177/04 easyJet κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. ΙΙ-1931, σκ. 99.

[150] Βλ. Ανακοίνωση της Ευρ. Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (97/ C 372/03).

μπίρας. Η μπίρα αποτελεί ειδικό ως επί το πλείστον χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλ ποτό το οποίο όμως διαφοροποιείται από όλα τα υπόλοιπα αλκοολούχα ποτά και αναψυκτικά με αποτέλεσμα να αποτελεί ξεχωριστή αγορά. Η Μύθος αναφέρεται σχετικά σε πολλές αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής[151]. Η Μύθος αναφέρει περαιτέρω ότι η αγορά της μπίρας χωρίζεται κυρίως σε δύο μεγάλες κατηγορίες: α) την «κρύα αγορά», ήτοι τη διάθεση της μπίρας σε μαζικής κατανάλωσης σημεία που είναι οι ταβέρνες, τα μπαρ, τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία και β) τη «ζεστή αγορά», ήτοι τη διάθεση της μπίρας σε πολυκαταστήματα (για κατανάλωση στο σπίτι). Η «κρύα αγορά» αποτελεί το 70% περίπου της αγοράς / κατανάλωσης μπίρας ενώ η «ζεστή αγορά» περίπου το 30%. Ένας δεύτερος διαχωρισμός στην αγορά της μπίρας είναι βάσει της τιμής της. Εμπειρικά οι τιμές χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες: στις ακριβές (premium), όπου συμπεριλαμβάνονται οι μάρκες Heineken, Kaiser κ.λπ. καθώς και οι περισσότερες εισαγόμενες, με συνολικό μερίδιο αγοράς περίπου [25-35]% με την Heineken να συγκεντρώνει μερίδιο αγοράς [25-35]%, την Kaiser [0-5]% οι δε εισαγόμε-νες να μην υπερβαίνουν [0-5]-[0-5]% και στις μαζικής κατανάλωσης (mass), στις οποίες συμπεριλαμβάνονται οι ΜΥΘΟΣ, HENNINGER, AMSTEL, LOWENBRAU, με συνολικό μερίδιο αγοράς περίπου [65-75]%. Στην τελευταία περιλαμβάνονται επιπλέον και οι λεγόμενες "private label" μπύρες παραγόμενες για λογαριασμό διαφόρων αλυσίδων super market.

127 Η καταγγέλλουσα επισημαίνει ότι η αγορά της μπίρας έχει κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά: 1) Καταρχήν η επιλογή του προϊόντος από τον καταναλωτή στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην εικόνα παρά στην γεύση. Ο καταναλωτής διαλέγει την μπίρα από την εμφάνιση του προϊόντος και τη διαφήμιση της. Συνεπώς η διαφημιστική δαπάνη αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην αύξηση και διατήρηση του μεριδίου αγοράς. Αυτό κατά την άποψή της οφείλεται εν πολλοίς και στη συμπεριφορά της ΑΖ που έχει τη δεσπόζουσα θέση στην αγορά και δαπανώντας μεγάλα ποσά στη διαφήμιση οδηγεί τον καταναλωτή προς τα εκεί. Ενδεικτικά η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι η διαφημιστική δαπάνη της ΑΖ την 3ετία μέχρι το Νοέμβριο 2006 ανήλθε συνολικά σε περίπου […] € επί συνολικής διαφημιστικής δαπάνης στην αγορά της μπίρας στην ίδια περίοδο ανερχομένης σε ποσό […] € (δηλαδή με κατά μέσο όρο διαφημιστικό «μερίδιο» [75-85]%). 2) Στην Ελλάδα, πολύ σημαντικό παράγοντα παίζει ο έλεγχος των δικτύων διανομής. Κατά την καταγγέλλουσα, η ΑΖ, έχοντας τον έλεγχο των δικτύων διανομής και κυρίως των χονδρεμπόρων, επιτυγχάνει τη διάθεση της μπίρας στα σημεία μαζικής κατανάλωσης (ταβέρνες, μπαρ, εστιατόρια, κ.λπ.) και στα σημεία της λεγόμενης μικρής ζεστής αγοράς (mini-market, μικρά super market, μπακάλικα, περίπτερα) μέσω του δικτύου των χονδρεμπόρων, σημεία τα οποία αποτελούν και το [75-85]% περίπου της κατανάλωσης, κατ' αποκλεισμό των λοιπών ανταγωνιστικών προϊόντων και ιδίως των προϊόντων της καταγγέλλουσας. Σύμφωνα με την Μύθος, μέσω των δικτύων η καταγγελλόμενη ασκεί το μεγαλύτερο κομμάτι της «πίεσης», γεγονός που έχει ήδη στρεβλώσει την αγορά[152].

---

[151] COMP/M.3289, Interbrew/ Spaten-Franziskaner/ Lowenbrau/ Dinkelacker, COMP/M.3032 -Interbrew/ Brauergilde, COMP/M.2569 Interbrew/ Beck's, COMP/M.2877 -Karlsberg/ Brauholding International/JV, COMP/M.2387 - Heineken/ Bayerische Brauholding/ JV, COMP/M.2152 Scottish & Newcastle/ Centralcer, Υπόθ. C-234/89 - Delimitis v. Henninger Brau, Rec. 1991, p. I-935.

[152] Ως χαρακτηριστικό παράδειγμα για τη στρέβλωση της αγοράς αναφέρει το γεγονός ότι σε περίπτωση μη επώνυμης ζήτησης συγκεκριμένης μπίρας σε σημείο μαζικής κατανάλωσης υπάρχει «αυτόματη» προσφορά από το σημείο των προϊόντων της ΑΖ (με άλλα λόγια εφόσον ο καταναλωτής δεν ζητήσει επωνύμως κάποιο άλλο προϊόν π.χ. ΜΥΘΟΣ -

Η άποψη της καθ΄ης

128 Η ΑΖ διατυπώνει επιφυλάξεις ως προς το εάν η σχετική αγορά περιλαμβάνει αποκλειστικά τα προϊόντα ζύθου και θεωρεί ότι το χύμα κρασί και τα ποτά Ready to Drink (RTDs), τουλάχιστον, αλλά και τα αλκοολούχα ποτά που είναι συνοδευτικά γεύματος (τσίπουρο, ούζο κ.λπ.) πρέπει να εντάσσονται στην ίδια σχετική αγορά με το ζύθο. Κατά την ΑΖ, η νομολογία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που ορίζει ως σχετική προϊόντική αγορά την αγορά ζύθου αναφέρεται σε συνθήκες βορειοευρωπαϊκών χωρών. Η ΑΖ υποστηρίζει ότι στην Ελληνική αγορά ισχύουν οι εξής ιδιαίτερες συνθήκες: α) η μπίρα σε μεγάλη έκταση δεν καταναλώνεται αυτοτελώς, αλλά κυρίως ως συνοδευτικό γεύματος, β) ως συνοδευτικό γεύματος καταναλώνεται και το κρασί το οποίο είναι εναλλάξιμο με την μπίρα τόσο από πλευράς χαμηλής περιεκτικότητας σε αλκοόλη όσο και από πλευράς τιμής. Ειδικά ως προς την τιμή, το μεν χύμα κρασί είναι, κατά την ΑΖ, απολύτως εναλλάξιμο με την μπίρα, το δε εμφιαλωμένο κρασί είναι επίσης εναλλάξιμο διότι αν και κατ' αρχήν ακριβότερο ως μονάδα συσκευασίας (0,75 ml) από την μπίρα, ωστόσο επιμερίζεται, λόγω και του υψηλότερου βαθμού αλκοόλης, μεταξύ περισσοτέρων καταναλωτών, γ) το ίδιο ισχύει και για ελαφρά αλκοολούχα τα οποία είναι συνοδευτικά γεύματος (τσίπουρο, ούζο κ.λπ.). Κατά την άποψη της ΑΖ, η εναλλαξιμότητα μεταξύ αυτών των προϊόντων επιτείνεται και από το γεγονός ότι υπάγονται κατ' αρχήν στο πεδίο των Ειδικών Φόρων Κατανάλωσης, και έτσι υφίσταται σταυροειδής ελαστικότητα ως προς την ζήτηση αυτών[153]. Κατά την ΑΖ, η σχετική αγορά στην οποία εντάσσεται ο ζύθος θα πρέπει να διευρυνθεί προσθέτοντας το κρασί και άλλα προϊόντα χαμηλής αλκοόλης τα οποία είναι συνοδευτικά γεύματος (στην έκταση που η μπίρα καταναλώνεται ως συνοδευτικό γεύματος), ή και τα RTDs, τα οποία δεν καταναλώνονται ως συνοδευτικά γεύματος και αποτελούν, κατά την άποψη της ΑΖ, εναλλάξιμα προϊόντα εξ επόψεως τιμής και βαθμού περιεκτικότητας σε αλκοόλ στις περιπτώσεις που η μπίρα καταναλώνεται αυτοτελώς.

Η εκτίμηση της Επιτροπής

129 Οι ως άνω ισχυρισμοί της ΑΖ αναφορικά με την ευρύτερη οριοθέτηση της σχετικής προϊοντικής αγοράς στην υπό κρίση υπόθεση δεν μπορούν να γίνουν δεκτοί. Κατά την άποψη της Επιτροπής, σύμφωνα και με πάγια ενωσιακή νομολογία[154] η αγορά της μπίρας συνιστά αγορά σαφώς διακριτή από τις αγορές αναψυκτικών και κρασιού. Πέραν όλων των υπόλοιπων υποθέσεων αντιτράστ και συγκεντρώσεων,

---

ακόμα και εάν στο σημείο της κρύας αγοράς συνυπάρχουν τα προϊόντα μας με αυτά του ανταγωνισμού -πράγμα εξαιρετικά σπάνιο - σίγουρα θα καταλήξει να του «σερβίρουν» μια AMSTEL ή μια HEINEKEN. Η καταγγέλλουσα υποστηρίζει ότι η συχνότητα του εν λόγω φαινομένου είναι τόσο μεγάλη που αποκλείει κάθε πιθανότητα να συμβαίνει τούτο τυχαία και χωρίς σαφή καθοδήγηση από την καταγγελόμενη και από το δίκτυο που ελέγχει).

[153] Προτάσεις της από 8.5.2001 του Γ. Εισαγγελέα Antonio Tizanno επί της απόφασης του ΔΕΕ C-53/00, *Ferring SA κατά Across* , σκέψη 36.

[154] Βλ. σχετικά αποφάσεις της Επιτροπής στις υποθέσεις IV/M. 582-Orkla/Volvo παρ. 19, COMP/M.1925-Scottish & Newcastle/Groupe Danone παρ. 10, COMP/M.2044-Interbrew/Bass παρ. 13 και 32, COMP/M. 2152-Scottish & Newcastle/JV/Centralcer παρ. 9, COMP/M.2387-Heineken/Bayerische Brauholding/JV παρ. 10, COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 19 et passim, COMP/M.2740- Scottish & Newcastle/Hartwall, παρ. 9, COMP/M.2877-Karlsberg/Brau Holding International/Karlsberg International, παρ. 12, COMP/M.3195-Heineken/BBAG, παρ. 7, COMP/M.3372-Carlsberg/Holsten, παρ. 8, COMP/M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner, παρ. 7, COMP/M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets, παρ. 11, COMP/M.5035-Radeberger/Getränke Essmann/Phoenix, παρ. 8, COMP/M.4999-Heineken/ Scottish & Newcastle Assets, παρ. 12 επ., COMP/M.6587-Molson Coors/Starbev, παρ. 7, COMP/37.614/F3 - Interbrew et Alken Maes, Interbrew N.V.

ειδικά στην απόφαση ΓενΔικ της 16.06.2011 (Συμπράξεις – Ολλανδική αγορά μπίρας) υπόθεση Τ-240/07, Heineken Nederland BV, Heineken NV κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής[155], το ΔΕΕ εξέτασε πρακτικές των εν λόγω επιχειρήσεων στην αγορά ζύθου.

130 Οι λόγοι που δικαιολογούσαν τον ορισμό στις παραπάνω υποθέσεις συντρέχουν και στην παρούσα υπόθεση, χωρίς να προκύπτει διαφοροποίηση ως προς αυτούς τους λόγους στην Ελλάδα. Εν προκειμένω, σύμφωνα και με τις ανωτέρω αποφάσεις, η αγορά της μπίρας συνιστά αγορά διακριτή από τις αγορές κρασιού και αναψυκτικών. Πρέπει, επίσης, περαιτέρω να διακριθεί από τα λοιπά οινοπνευματώδη ποτά και ιδίως από τα αλκοολούχα[156]: ουίσκι, λευκά ποτά (βότκα, τζιν, ρούμι, τεκίλα), λικέρ, κονιάκ/brandy και τα ποτά Ready to Drink (RTD)[157]. Παράγοντες που υπαγορεύουν τον ως άνω διαχωρισμό συνιστούν, μεταξύ άλλων, η περιεκτικότητα σε αλκοόλ, η γεύση και οι διαφοροποιήσεις στην τιμή και στον τρόπο φορολόγησης[158] των ανωτέρω προϊόντων[159]. Εξ επόψεως, επίσης, υποκατάστασης προσφοράς, καθώς η τεχνογνωσία, οι τεχνολογικές απαιτήσεις, ο απαιτούμενος χρόνος παραγωγής αλλά και οι πρώτες ύλες για την παραγωγή μπίρας είναι διαφορετικές σε σχέση με την παραγωγή των υπολοίπων προϊόντων, δεν μπορεί να θεωρηθεί εύκολη, άμεση και κατά συνέπεια αποτελεσματική, η στροφή ενός παραγωγού αυτών στην παραγωγή μπίρας και αντιστρόφως.

131 Ειδικότερα, οι σημαντικές διαφορές μεταξύ ειδικότερα του ζύθου, του χύμα κρασιού, και των ποτών Ready to Drink[160], δεν επιτρέπουν τη συμπερίληψή τους στην ίδια σχετική αγορά, όπως προτείνει η ΑΖ.

---

[155] Απόφαση ΓενΔικ της 16.06.2011 (Συμπράξεις – Ολλανδική αγορά μπίρας) υπόθεση Τ-240/07, Heineken Nederland BV, Heineken NV κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Σχετική η απόφαση ΔΕΕ της 19.12.2012, Heineken Nederland BV και Heineken NV κατά Επιτροπής, υπόθεση C-452/11 P (αδημοσίευτη – μη έτι μεταφρασμένη). Βλ. επίσης απόφαση Ευρ. Επιτροπής της 29.09.2004 COMP/C.37.750/B2 (Γαλλική αγορά μπίρας - Brasseries Kronenbourg, Brasseries Heineken), παρ. 57: «*Consequently, in line with the case law of the Court of Justice and with previous Commission decisions in this sector, the Commission considers that the relevant sector in this case is that for the supply of beer to licensed premises or the on-trade*». Βλ. και αποφάσεις της Ευρ. Επιτροπής 2003/569/ΕΚ της 5ης Δεκεμβρίου 2001, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 81 της συνθήκης ΕΚ, ΕΕ L 200, 7.8.2003, σ. 1 και 2002/759/ΕΚ: Απόφαση της Επιτροπής, της 5.12.2001, σχετικά με διαδικασία βάσει του άρθρου 81 της συνθήκης ΕΚ (Υπόθεση COMP/37800/F3 — Ζυθοποιίες Λουξεμβούργου), ΕΕ L 253 της 21/09/2002 σ. 21.

[156] Επισημαίνεται ότι […].

[157] Ως RTDs (Ready-to-Drink-Cocktails) νοούνται τα τυποποιημένα (ήτοι προαναμεμειγμένα και προσυσκευασμένα) μίγματα αλκοολούχων αναψυκτικών.

[158] Στην Ελλάδα οι επιμέρους κατηγορίες οινοπνευματωδών ποτών έχουν διαφορετική φορολογική αντιμετώπιση. Ο υψηλότερος συντελεστής Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης Οινοπνευματωδών Ποτών (ΕΦΚΟΠ), ο οποίος υπολογίζεται επί 100 λίτρων αιθυλικής αλκοόλης του προϊόντος, εφαρμόζεται στα αλκοολούχα ποτά (ουίσκι, βότκα, τζιν κ.ά.). Στα τοπικά αποστάγματα ο ΕΦΚΟΠ υπολογίζεται στο ήμισυ του φόρου των αλκοολούχων ποτών, ενώ το τσίπουρο και η τσικουδιά διημέρων (για προσωπική χρήση) φορολογούνται με εφάπαξ κατ' αποκοπή φόρο ύψους €0,59 ανά κιλό. Η μπίρα φορολογείται με διαφορετικό τρόπο, σε σαφώς χαμηλότερο επίπεδο έναντι των δύο πρώτων κατηγοριών, σχεδόν στο ¼ του επιπέδου των αλκοολούχων ποτών, ενώ ο φόρος στο κρασί είναι μηδενικός (βλ. σχετ. Μελέτη ΙΟΒΕ, «Ο κλάδος των αλκοολούχων ποτών στην Ελλάδα: Προβλήματα και Προοπτικές», Δεκέμβριος 2011). Όπως αναφέρεται […].

[159] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις της Επιτροπής στις υποθέσεις COMP/C.37750/B2 Brasseries Kronenbourg, Brasseries Heineken, παρ. 54 και COMP/M. 2044-Interbrew/Bass παρ. 13.

[160] Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων): *«[π]αρά το γεγονός ότι, εν στενή εννοία, η αγορά ζύθου μπορεί να θεωρηθεί κατ' αρχήν ως "σχετική αγορά" από μόνη της, η εταιρία μας πιστεύει ότι στην Ελλάδα, η σχετική αγορά των προϊόντων μας περιλαμβάνει κατ' ελάχιστο, εκτός από το ζύθο, και το χύμα κρασί και τα ποτά Ready to Drink (RTD's). [...] τα ακόλουθα δεν θα πρέπει να αγνοηθούν κατά τον ορισμό της σχετικής αγοράς: α) Όσον αφορά το κρασί, του οποίου ο άμεσος ανταγωνισμός με τα προϊόντα ζύθου έχει επανειλημμένως αναγνωρισθεί από το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο, είναι εμφανές ότι σε χώρες όπως η Ελλάδα, όπου ο ζύθος σε πολύ μεγάλο βαθμό (που υπερβαίνει πιθανώς το 70% της συνολικής κατανάλωσης) καταναλώνεται κατά τη*

Όσον αφορά στο χύμα κρασί, χαρακτηριστικά όπως η υψηλότερη περιεκτικότητά του σε αλκοόλ, ο μη τυποποιημένος χαρακτήρας του και η διαφορετική γεύση του επηρεάζουν σε σημαντικό βαθμό την επιλογή του τελικού καταναλωτή, με αποτέλεσμα αυτός να μην θεωρεί τα δύο προϊόντα άμεσα εναλλάξιμα. Αλλά και από πλευράς προσφοράς, οι διαφορετικοί τρόποι παραγωγής (πρώτες ύλες, παραγωγική διαδικασία) και διανομής / διαθεσιμότητας[161] του χύμα κρασιού (σε αντίθεση με την μπίρα, η οποία αποτελεί τυποποιημένο προϊόν, το χύμα κρασί παράγεται και προσφέρεται σε τοπικό κυρίως επίπεδο, μέσω ιδίου δικτύου, από συγκεκριμένου τύπου τοπικές επιχειρήσεις - που κατά κανόνα δεν περιλαμβάνουν κατηγορίες τελικών σημείων στις οποίες διατίθεται κατ΄ εξοχήν η μπίρα, όπως τα περίπτερα, τα μπαρ, οι αλυσίδες ταχείας εστίασης κ.λπ.) δεν το καθιστούν εναλλάξιμο με την μπίρα, για τις επιχειρήσεις παραγωγής και διάθεσής του. Αναφορικά με τα προϊόντα Ready to Drink, λόγω των χαρακτηριστικών τους (κατανάλωση κυρίως σε μπαρ[162], από συγκεκριμένη υποομάδα καταναλωτών, κ.λπ.) και ιδίως της γεύσης τους, αυτά δεν είναι δυνατόν να θεωρηθούν άμεσα εναλλάξιμα με την μπίρα, ειδικά όταν αυτή καταναλώνεται ως συνοδευτικό ποτό του γεύματος ή του δείπνου.

132 Εντούτοις, η καταγγελλόμενη αποπειράται να εντάξει στην ίδια σχετική αγορά προϊόντα που εμφανίζουν ανόμοια αντικειμενικά χαρακτηριστικά, προκειμένου να διευρύνει υπερβολικά τη σχετική αγορά του ζύθου και να περιορίσει, έτσι, το ενδεχόμενο διαπίστωσης δεσπόζουσας θέσης. Στο πλαίσιο αυτό, υποστηρίζει, όπως προαναφέρθηκε, ότι στην ίδια σχετική αγορά με την μπίρα ανήκουν ακόμη και το κρασί και άλλα προϊόντα χαμηλής αλκοόλης τα οποία είναι συνοδευτικά γεύματος (στην έκταση που η μπίρα καταναλώνεται ως συνοδευτικό γεύματος), ή και τα RTDs, τα οποία δεν καταναλώνονται ως συνοδευτικά γεύματος και αποτελούν, κατά την άποψη της ΑΖ, εναλλάξιμα προϊόντα εξ επόψεως τιμής και βαθμού περιεκτικότητας σε αλκοόλ στις περιπτώσεις που η μπίρα καταναλώνεται αυτοτελώς. Και τούτο, διότι μόνο αν συμπεριληφθούν στην εξεταζόμενη σχετική αγορά προϊόντος τα προϊόντα αυτά, θα μπορούσε να αμφισβητηθεί η δεσπόζουσα θέση της με βάση το κριτήριο του μεριδίου αγοράς. Στο πλαίσιο αυτό, η ΑΖ υποβαθμίζει τη σημασία των ανωτέρω στοιχείων που αναδείχθηκαν από την έρευνα, ενώ παράλληλα επικαλείται μεμονωμένα στοιχεία, και τέμνει την αγορά, διαχωρίζοντας τις χρήσεις της μπίρας σε κατανάλωση ως συνοδευτικό γεύματος και κατανάλωση αυτοτελώς (όχι ως συνοδευτικό γεύματος). Ωστόσο, μια τέτοια κατάτμηση αγνοεί τεχνητά τη φύση και τα χαρακτηριστικά του ζύθου.

133 Περαιτέρω, ο ισχυρισμός ότι ορισμένα από τα προαναφερόμενα προϊόντα (χύμα κρασί, ποτά RTDs, τσίπουρο, ούζο κ.λπ.[163]) μπορεί να καταναλώνονται (κάποιες φορές) υπό παρόμοιες συνθήκες δεν είναι

διάρκεια του γεύματος ή του δείπνου, το κρασί, (τουλάχιστον το χύμα, το οποίο είναι συγκρίσιμο στην τιμή με το ζύθο) και ο ζύθος είναι άμεσα ανταγωνιστικά προϊόντα και εναλλάξιμα και μπορούν αυτόματα να υποκαταστήσουν το ένα το άλλο στις συνήθειες του καταναλωτή, β) όσον αφορά στα ποτά Ready to Drink, είναι σχεδόν ομόφωνα δεκτό (Μελέτη ICAP Οκτώβριος 2003 και Μελέτη ΙΟΒΕ Νο 199) ότι ανταγωνίζονται άμεσα τα προϊόντα ζύθου καθώς έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά (χαμηλή περιεκτικότητα σε οινόπνευμα, συγκρίσιμες τιμές) με το ζύθο». Περαιτέρω, στην υπ' αριθ. πρωτ. 6210/05.08.13 υποβολή στοιχείων η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δηλώνει σχετικά: *«[η] εταιρία μας διατηρεί επιφυλάξεις για το κατά πόσον η σχετική αγορά στην προκειμένη περίπτωση περιλαμβάνει αμιγώς τα προϊόντα ζύθου ή και άλλα εναλλάξιμα στα μάτια του καταναλωτή προϊόντα»*.

[161] Σύμφωνα και με τα στοιχεία της έρευνας […].

[162] Σύμφωνα και με τα στοιχεία της έρευνας […].

[163] Βλ. μεταξύ άλλων υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, σ. 13.

καθοριστικός παράγοντας, ώστε αυτά να συμπεριληφθούν στην ίδια σχετική αγορά. Άλλωστε, τα περισσότερα είδη διατροφής αγοράζονται για κατανάλωση κάτω από παρόμοιες συνθήκες, αλλά αυτό δεν σημαίνει σε καμία περίπτωση ότι συνιστούν λειτουργικά εναλλάξιμα προϊόντα στη συνείδηση του καταναλωτή, ούτε και ότι οι προμηθευτές ενός συγκεκριμένου είδους διατροφής (π.χ. εμφιαλωμένων νερών) υπόκεινται σε άμεσο και αποτελεσματικό περιορισμό / έλεγχο λόγω του ανταγωνισμού από τους προμηθευτές άλλων ειδών διατροφής (π.χ. χυμών ή ανθρακούχων αναψυκτικών), ανεξαρτήτως του αν προορίζονται για την κάλυψη της ίδιας ανάγκης (π.χ. ικανοποίηση της δίψας).

134 Επιπλέον, ο ισχυρισμός ότι το εμφιαλωμένο κρασί (και ομοίως το τσίπουρο, ούζο κ.λπ.) είναι επίσης εναλλάξιμο διότι αν και κατ' αρχήν ακριβότερο ως μονάδα συσκευασίας (0,75 ml) από την μπίρα, ωστόσο επιμερίζεται, λόγω και του υψηλότερου βαθμού αλκοόλης, μεταξύ περισσοτέρων καταναλωτών, παραγνωρίζει εσκεμμένα το στοιχείο ακριβώς του αλκοολικού βαθμού ως χαρακτηριστικό στοιχείο που διαφοροποιεί την μπίρα και τη χρήση της από τα εν λόγω προϊόντα. Πέραν των ανωτέρω, οι εν λόγω ισχυρισμοί της δεν ευσταθούν, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους επιπλέον.

135 Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, η οριοθέτηση της σχετικής αγοράς κάθε υπόθεσης βασίζεται σε μια πολύπλευρη προσέγγιση, λαμβανομένων υπόψη όλων των διαθέσιμων στοιχείων και αποδεικτικών μέσων που μπορεί να είναι χρήσιμα για την εκτίμηση της συγκεκριμένης περίπτωσης. Το ευρύ αυτό φάσμα στοιχείων δεν είναι ούτε προκαθορισμένο, ούτε εξαντλητικό, ούτε και δεσμευτικό. Σε κάποιες περιπτώσεις, ορισμένα στοιχεία μπορεί να έχουν καθοριστική σημασία για τον προσδιορισμό του βαθμού υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς, λαμβανομένων ιδίως υπόψη των χαρακτηριστικών και των ιδιομορφιών του υπό εξέταση τομέα και προϊόντων ή υπηρεσιών. Επομένως, η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού δεν χρησιμοποιεί, ούτε και δεσμεύεται να χρησιμοποιεί, αυστηρά μια σειρά πηγών πληροφοριών ή αποδεικτικών στοιχείων προκειμένου να προσδιορίσει τη σχετική αγορά[164]. Συναφώς, η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού δεν οφείλει να ακολουθεί προκαθορισμένη ή/και πάγια ιεράρχηση, ούτε και να διεξάγει κάθε φορά συγκεκριμένη ποιοτική, ποσοτική, τεχνική ή μη τεχνική ανάλυση, αλλά εκτιμά στο σύνολό τους τις διαπιστώσεις που προκύπτουν από το φάσμα των στοιχείων που έχει στη διάθεσή της, λαμβανομένου υπόψη του όλου οικονομικού πλαισίου[165]. Εν τέλει, η σχετική εκτίμηση της Επιτροπής και η παρατιθέμενη αιτιολόγησή της αποτελούν αντικείμενο του ασκούμενου από τα διοικητικά δικαστήρια ελέγχου των αποφάσεών της.

136 Όπως προαναφέρθηκε, τα εν λόγω προϊόντα έχουν, καταρχήν, διαφορετικά αντικειμενικά χαρακτηριστικά και συστατικά[166] (ιδίως ως προς την πρώτη ύλη και την εν γένει σύνθεση -η μπίρα

---

[164] Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 25.

[165] Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-333/94 P, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. [1996], σελ. I-5951, σκ. 10, ΠΕΚ T-342/99 Airtours κατά Επιτροπής, Συλλ. [2002], σελ. II-2585, σκ. 20, καθώς και Εφετειακό Δικαστήριο Ανταγωνισμού Ηνωμένου Βασιλείου 1005/1/1/01, Aberdeen Journals κατά OFT [2002], σκ. 96-97.

[166] Η μπίρα αποτελεί ένα κοινό αλκοολούχο ποτό με κύρια συστατικά το νερό, τη βύνη (συνήθως από κριθάρι) και το λυκίσκο. Έχει κατά κανόνα 4 - 6 αλκοολικούς βαθμούς (το 90% όλων των τύπων μπίρας στην Ευρώπη κυμαίνονται από 3 έως 7 –βλ. απόφαση Ευρ. Επιτροπής COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 10-). Τα στάδια της σύγχρονης ζυθοποιίας είναι η βυνοποίηση, ο βρασμός, η ζύμωση και η μεταζύμωση. Το κρασί είναι αλκοολούχο ποτό προϊόν της ζύμωσης των σταφυλιών ή του χυμού τους (μούστος). Πολύ διαφορετική είναι η διαδικασία παραγωγής του. Για την παραγωγή του κρασιού, μετά την διαδικασία του τρύγου, ακολουθεί η γλευκοποίηση, στη συνέχεια η τελική διαδικασία της ζύμωσης (8-

παράγεται από κριθάρι ενώ το κρασί, το τσίπουρο κ.λπ. από σταφύλι ή άλλα βασικά συστατικά-, τη γεύση, τον αλκοολικό βαθμό, τη βασική εμφάνιση, τη συσκευασία, την εικόνα του προϊόντος και της χρήσης του, καθώς και διαφορές στις εποχικές διακυμάνσεις της ζήτησης κ.άλ.), που τα καθιστούν σαφώς διακριτά προϊόντα στη συνείδηση των καταναλωτών. Ποιοτικά χαρακτηριστικά όπως τα ανωτέρω και δη η γεύση, η υφή, η βασική πρώτη ύλη και τα εν γένει συστατικά, καθορίζουν σαφώς σε μεγάλο βαθμό τις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών. Είναι προφανές ότι οι καταναλωτές είναι πιο πιθανό να στραφούν, ως εναλλακτική επιλογή, σε εκείνα τα προϊόντα που εμφανίζουν τις περισσότερες ομοιότητες με την αρχική τους επιλογή. Ως εκ τούτου, τα εν λόγω αντικειμενικά χαρακτηριστικά έχουν βαρύνουσα σημασία κατά την εξέταση του βαθμού υποκατάστασης από την πλευρά της ζήτησης, αλλά και της πραγματικής οικονομικής δύναμης της οικείας επιχείρησης στην αγορά. Για το λόγο αυτό, άλλωστε, συνιστούν βασικό παράγοντα στο πλαίσιο οριοθέτησης της σχετικής αγοράς, κατά πάγια πρακτική και νομολογία[167].

137 Οι ως άνω κατηγορίες προϊόντων δεν είναι, επίσης, συγκρίσιμες ως προς την τιμή. Το εν λόγω κριτήριο συνεκτιμάται ευρέως σε υποθέσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, όπως άλλωστε και σε αποφάσεις των δικαστηρίων αναφορικά με τον ορισμό της σχετικής αγοράς. Και τούτο διότι οι εν λόγω διαφορές σε επίπεδο τιμών συχνά καταδεικνύουν, από την πλευρά της ζήτησης, αφενός την προσήλωση που επιδεικνύουν οι καταναλωτές σε συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων και, συνακόλουθα, την απροθυμία τους να στραφούν σε άλλη κατηγορία προϊόντων, και αφετέρου το γεγονός ότι οι προμηθευτές της συγκεκριμένης αυτής κατηγορίας προϊόντων δεν υπόκειται σε άμεσο και αποτελεσματικό περιορισμό/έλεγχο λόγω του ανταγωνισμού από προμηθευτές της προς σύγκριση κατηγορίας προϊόντων. Ακολούθως παρατίθεται διαγραμματική απεικόνιση της εξέλιξης των μέσων τιμών για επιμέρους κατηγορίες αλκοολούχων ποτών όπως εκείνες διαμορφώθηκαν στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης κατά την περίοδο των ετών 2005 – 2012 η οποία βασίσθηκε σε στοιχεία που η ίδια η ΑΖ προσκόμισε στην ΕΑ[168]. Η εξέταση του επιπέδου των τιμών όπως παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα υποδεικνύει σημαντική τιμολογιακή διαφοροποίηση της μπίρας έναντι των διαφόρων κατηγοριών αλκοολούχων ποτών, ιδιαιτέρως έναντι του ούζου, των RTD's και των λοιπών αλκοολούχων ποτών, κατατείνοντας επίσης κατά τα ανωτέρω στη διαπίστωση ότι δεν πρόκειται για υποκατάστατα προϊόντα.

Διάγραμμα V.4

---

25 ημέρες) και η διαδικασία ωρίμανσης (από μερικούς μήνες έως λίγα χρόνια). Το δε τσίπουρο, παρασκευάζεται με την απόσταξη *στέμφυλων* από τα υπολείμματα των σταφυλιών που μένουν μετά την εξαγωγή του μούστου για την παραγωγή κρασιού. Επίσης είναι δυνατή η απόσταξη ολόκληρων των σταφυλιών, οπότε σε αυτήν την περίπτωση η απόδοση είναι μεγαλύτερη, ενώ συχνά το τσίπουρο αποστάζεται και δεύτερη φορά, αφού έτσι βελτιώνεται η ποιότητά του. Το ούζο είναι μείγμα αιθανόλης, νερού και διάφορων αρωματικών βοτάνων με προεξάρχοντα τον απλό γλυκάνισο. Το ούζο, σε αντίθεση με το τσίπουρο, είναι συνήθως μόνο σε μικρό ποσοστό προϊόν απόσταξης σταφυλιών (τουλάχιστον 20%). Η απόσταξη γίνεται σε ειδικά αποστακτήρια (καζάνια). Το τελικό προϊόν έχει συνήθως ανάμεσα σε 40 και 50 αλκοολικούς βαθμούς.

[167] Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-333/94 P, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. [1996], σελ. I-5951, σκ. 10, καθώς και Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 7 και σχετική νομοθεσία στην οποία παραπέμπει.

[168] Υπ' αριθ. πρωτ. 91/28.3.2014 υποβολή στοιχείων.

[…]

138 Υφίσταται, επιπλέον, σημαντική διαφοροποίηση και σε επίπεδο προμηθευτών (δηλ. διαφορετικές εταιρίες δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και εμπορία κρασιού, ούζου, τσίπουρου κ.λπ.), γεγονός που ενισχύει ακόμη περισσότερο τη διαπίστωση ότι η μπίρα συνιστά διακριτή εν γένει σχετική αγορά σε σχέση με τα υπόλοιπα προϊόντα που επικαλείται η ΑΖ. Και τούτο διότι η δυνατότητα υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς, δεν είναι εν προκειμένω ουσιαστικά εφικτή (ή είναι εφικτή μόνο σε περιορισμένο βαθμό), ελλείψει εναλλακτικών προμηθευτών που να είναι σε θέση να μετατοπίσουν την παραγωγή τους στα σχετικά προϊόντα και να τα εμπορεύονται βραχυπρόθεσμα χωρίς σημαντικό πρόσθετο κόστος και χωρίς να διατρέχουν σημαντικό επιπλέον κίνδυνο λόγω των μικρών αλλά διαρκών μεταβολών των σχετικών τιμών. Η δραστηριοποίηση νέων προμηθευτών θα απαιτούσε σημαντική προσαρμογή των υφιστάμενων στοιχείων του ενεργητικού, πρόσθετες επενδύσεις σε εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, μεγάλο χρόνο προετοιμασίας και στρατηγικό σχεδιασμό, αλλά και σημαντικό κόστος σε προβολή, προώθηση και δίκτυα διανομής, δεδομένων και της εδραιωμένης φήμης τους σημάτων της καθ' ης Heineken, Amstel, Alpha κ.λπ., του λίαν εκτεταμένου και ισχυρού δικτύου διανομής της, καθώς και της αδυναμίας των ανταγωνιστών της να βρουν επαρκή πρόσβαση στην αγορά[169].

139 Επιπλέον, πρέπει να σημειωθεί ότι και η ίδια η καθ' ης, σε εσωτερικά της έγγραφα και μελέτες αξιολογεί ως σχετική αγορά την αγορά της μπίρας και αναγνωρίζει ως ανταγωνίστριές της τις άλλες ζυθοποιίες[170]. Επί παραδείγματι, στο […]. Επίσης, στη μελέτη […][171] . Αντιστρόφως, η ΑΖ δεν προσκομίζει κανένα εσωτερικό έγγραφο σε σχέση με τη στρατηγική της από το οποίο να προκύπτει ότι τιμολογεί τα προϊόντα της σε σχέση ή σε αναφορά με άλλα προϊόντα όπως το κρασί ή τα RtDs.

140 Έτσι, η εσωτερική κατηγοριοποίηση των εν λόγω αγορών για εμπορικούς λόγους και η συνακόλουθη εσωτερική μεθοδολογία της ΑΖ κατά την παρακολούθηση των αγορών στις οποίες δραστηριοποιείται είναι ενδεικτική, καθώς ο τρόπος με τον οποίο οι ίδιοι οι προμηθευτές αντιλαμβάνονται και αξιολογούν τη διάρθρωση των αγορών και τη θέση των προϊόντων τους σε αυτές αποτελεί σχετικό παράγοντα στο πλαίσιο της οριοθέτησης της σχετικής αγοράς. Και τούτο διότι τα εν λόγω εσωτερικά έγγραφα αποτυπώνουν την αντίληψη των ίδιων των προμηθευτών αναφορικά με τα προϊόντα που θεωρούνται λειτουργικά εναλλάξιμα με τα δικά τους και, ως εκ τούτου, δυνάμενα να ασκήσουν άμεση και αποτελεσματική ανταγωνιστική πίεση σε αυτά. Επομένως, είναι σχετικά για την αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού και της διάρθρωσης της ζήτησης και προσφοράς, στοιχεία που με τη σειρά

---

[169] Βλ. ενδεικτικά Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 23, καθώς και ΔΕΕ C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 41.
[170] Συναφώς βλ. επίσης:
α) Πρακτικά Συνεδρίασης ΕΑ 31.03.2014, σ. 184:
[…].
β) Πρακτικά Συνεδρίασης ΕΑ 21.03.2014, σ. 43 επ.:
[…].
γ) Πρακτικά Συνεδρίασης ΕΑ 21.03.2014, σ. 175 επ.:
[…].
[171] Βλ. […].

τους είναι καθοριστικά στο πλαίσιο της οριοθέτησης της σχετικής αγοράς[172]. Στην προκειμένη περίπτωση, τα εσωτερικά έγγραφα της ΑΖ συγκλίνουν στη διαπίστωση ότι η αγορά της μπίρας συνιστά διακριτή αγορά, καθώς και ότι η καταγγελλόμενη διαμορφώνει τη σχετική εμπορική της πολιτική με βάση τη διάρθρωση και τις δυναμικές της συγκεκριμένης αυτής αγοράς. Συναφώς, αναδεικνύουν με σαφήνεια τόσο τα ομοειδή προϊόντα, όσο και τις προμηθεύτριες εταιρίες που θεωρούνται από την ίδια ως ο άμεσος και αποτελεσματικός ανταγωνισμός της στην εν λόγω κατηγορία. Πράγματι, εσωτερικά έγγραφα της καταγγελλόμενης προσδιορίζουν την προαναφερόμενη αγορά της μπίρας ως διακριτή αγορά, είτε ευθέως χαρακτηρίζοντας ομοειδή προϊόντα ανταγωνιστριών εταιριών ως τον άμεσο ανταγωνισμό της ΑΖ, είτε αποτυπώνοντας και αξιολογώντας στοιχεία για την εμπορική πολιτική της ΑΖ με βάση την προαναφερόμενη κατάτμηση. Η συνάφεια και η εν γένει αποδεικτική αξία αντίστοιχων εσωτερικών εγγράφων για τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς έχουν αναγνωριστεί τόσο στην πρακτική των αρχών ανταγωνισμού, όσο και και στη νομολογία των ευρωπαϊκών δικαστηρίων[173].

141 Συνεπώς, ως σχετική προϊοντική αγορά ορίζεται η αγορά για την παραγωγή και διάθεση ζύθου, η οποία, κατά την κρίση της Επιτροπής, μπορεί να κατατμηθεί περαιτέρω, ανά κανάλι διανομής[174] και σε διάθεση ζύθου μέσω αφενός σημείων πώλησης επιτόπιας κατανάλωσης[175] (ήτοι από σημεία πώλησης ζύθου, στα οποία το προϊόν καταναλώνεται άμεσα - εντός των εγκαταστάσεων της πωλήτριας επιχείρησης και η οποία καλείται, για λόγους συντομίας, «αγορά επιτόπιας κατανάλωσης» ή «κρύα αγορά», η οποία περιλαμβάνει ιδίως τον τομέα Horeca - λ.χ. ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ) ή, αφετέρου, μέσω σημείων πώλησης ζύθου, στα οποία ο καταναλωτής προμηθεύεται τα προϊόντα προκειμένου να τα καταναλώσει σε χρόνο μεταγενέστερο από την αγορά τους και εκτός των εγκαταστάσεων της πωλήτριας επιχείρησης (καλούμενη, για λόγους συντομίας, «αγορά μελλοντικής κατανάλωσης» ή «ζεστή αγορά», η οποία περιλαμβάνει ιδίως τον τομέα των mini market, των super-market και των λοιπών καταστημάτων διάθεσης οινοπνευματωδών ποτών τα οποία δεν διαθέτουν άδεια

---

[172] Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-333/94 P, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. [1996], σελ. I-5951, σκ. 10, και ΠΕΚ T-342/99 Airtours κατά Επιτροπής, Συλλ. [2002], σελ. II-2585, σκ. 20.

[173] Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 53, Εφετειακό Δικαστήριο Ανταγωνισμού Ηνωμένου Βασιλείου 1005/1/1/01, Aberdeen Journals κατά OFT [2002], σκ. 103-104, 155, καθώς και OFT 403 Κατευθυντήριες γραμμές για τον ορισμό της σχετικής αγοράς, Δεκ. 2004, σημ. 3.7.

[174] Οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις διανέμουν τα προϊόντα των εταιριών ζύθου κατά κύριο λόγο προς την αγορά επιτόπιας κατανάλωσης και σε μικρότερη έκταση προς την αγορά μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας.

[175] Στις αποφάσεις της Επιτροπής αναφέρεται ο όρος «on-trade» για τα σημεία στα οποία η κατανάλωση γίνεται στο χώρο αγοράς (επιτόπια κατανάλωση) και ο όρος «off-trade» για τα σημεία στα οποία η κατανάλωση μπίρας γίνεται εκτός χώρου αγοράς (εκτός καταστήματος). Συναφής είναι και η διάκριση «on-licensed» και «off-licensed». Καταστήματα on-licensed είναι εκείνα που διαθέτουν άδεια πώλησης οινοπνευματωδών ποτών για κατανάλωση εντός και εκτός καταστήματος, σε αντίθεση με τα καταστήματα off-licensed (λ.χ. σούπερ μάρκετ), που διαθέτουν άδεια για κατανάλωση μόνο εκτός του σημείου πώλησης. Βλ. σχετικά απόφαση της Επιτροπής της 24.02.1999 στην υπόθεση IV/35.079/F3-Whitbread, παρ. 2 και υποσημ. 3 καθώς και απόφαση της Επιτροπής της 16.06.1999 στην υπόθεση IV/36.081/F3-Bass, παρ. 2 και υποσημ. 3. Οι εταιρίες προσαρμόζουν το προφίλ των προϊόντων που διαθέτουν, καθώς και την εταιρική τους στρατηγική με γνώμονα τον τελικό καταναλωτή ο οποίος προμηθεύεται τη μπίρα είτε μέσω της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης (δηλαδή σε καφετέριες, μπαρ, εστιατόρια, ξενοδοχεία κ.λπ.) είτε μέσω της αγοράς μελλοντικής κατανάλωσης (π.χ. super market, παντοπωλεία κ.λπ.). Οι εταιρίες ζύθου είθισται να συνάπτουν συμφωνίες διάθεσης των προϊόντων τους με επιχειρήσεις που ανήκουν στην «κρύα» ή στη «ζεστή» αγορά ανεξάρτητα από το εάν οι τελευταίες προμηθεύονται τα προϊόντα τους άμεσα από τις εταιρίες ή μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

επιτόπιας κατανάλωσης)[176]. Η διάκριση αυτή στις σχετικές αγορές διάθεσης μπίρας μέσω σημείων πώλησης επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης υιοθετήθηκε από την Ε.Α. και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε σειρά αποφάσεων[177].

142 Στην απόφαση Δηλιμίτης[178] και στην απόφαση Roberts κατά Επιτροπής, επί του ορισμού της σχετικής αγοράς το Δικαστήριο επανέλαβε τον εξής ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής[179] σύμφωνα με τον οποίο σχετική αγορά των προϊόντων είναι η αγορά διανομής μπίρας εντός των καταστημάτων που πωλούν οινοπνευματώδη ποτά για κατανάλωση επιτόπου: *«[Η σχετική αγορά] προσδιορίζεται, πρώτον, σε συνάρτηση με τη φύση της οικονομικής δραστηριότητας, στην προκειμένη περίπτωση την πώληση μπύρας. Οι πωλήσεις αυτές πραγματοποιούνται τόσο στο λιανικό εμπόριο όσο και εντός των εστιατορίων και ποτοπωλείων. Από την άποψη του καταναλωτή, ο τομέας των ποτοπωλείων, καφενείων και εστιατορίων διαφέρει από τον τομέα του λιανικού εμπορίου, καθόσον οι πωλήσεις στον πρώτο τομέα δεν συνίστανται απλώς σε αγοραπωλησίες προϊόντων, αλλά και σε παροχές υπηρεσιών, η δε κατανάλωση μπύρας στα εστιατόρια και ποτοπωλεία δεν εξαρτάται κυρίως από οικονομικούς παράγοντες. Αυτή η ιδιαιτερότητα των πωλήσεων εντός των εστιατορίων επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι οι ζυθοποιίες έχουν οργανώσει ειδικά δίκτυα διανομής στον τομέα αυτό, για τα οποία είναι αναγκαίες ειδικές εγκαταστάσεις, και ότι οι τιμές στον τομέα αυτό είναι κατά γενικό κανόνα υψηλότερες των τιμών πωλήσεως στο λιανικό εμπόριο»*[180]. Το Δικαστήριο παρατήρησε ότι η πώληση της μπίρας πραγματοποιείται τόσο μέσω του λιανικού εμπορίου όσο και μέσω των καταστημάτων που πωλούν οινοπνευματώδη ποτά για

---

[176] Όπως άλλωστε επισημαίνει και η καταγγέλλουσα (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων): *«Η Ελληνική αγορά μπίρας διακρίνεται σε δύο βασικά κανάλια διανομής τα οποία στην συγκεκριμένη αγορά ονομάζονται "κρύα" (διεθνώς On trade) και ζεστή (αντίστοιχα Off Trade) αγορά με κριτήριο το που καταναλώνεται το συγκεκριμένο προϊόν με βάση μάλιστα την συνήθεια να καταναλώνεται αυτό κρύο. Ως εκ τούτου ως "κρύα" αγορά ονομάζουμε την αγορά επιτόπιας κατανάλωσης εκεί δηλαδή που ο καταναλωτής θα καταναλώσει το προϊόν "κρύο" και επιτόπου εντός δηλαδή του καταστήματος που θα του το προσφέρει (δηλαδή [...] καταστήματα όπως εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ κλπ) ενώ ζεστή είναι η αγορά όπου ο καταναλωτής αγοράζει το προϊόν για να το καταναλώσει αργότερα εκτός καταστήματος συνήθως στο σπίτι του ή σε κάποια άλλη περίσταση απαρτιζόμενη η συγκεκριμένη αγορά κυρίως από τα μεγάλα και μεσαία super markets».*

[177] Βλ. σχετικά απόφαση της Επιτροπής της 24.02.1999 στην υπόθεση IV/35.079/F3-Whitbread, παρ. 95 και 97, απόφαση της Επιτροπής της 16.06.1999 στην υπόθεση IV/36.081/F3-Bass, παρ. 112 και 114, απόφαση της Επιτροπής της 29.06.2000 στις υποθέσεις IV/36.456/F3-Inntrepreneur και IV/36.492/F3-Spring παρ. 40 και 42, απόφαση της Επιτροπής της 16.6.1999 στην υπόθεση IV/35.992/F3-Scottish and Newcastle, παρ. 82 και 84, απόφαση της Επιτροπής της 18.4.2007 στην υπόθεση COMP/B/37.766- αγορά ζύθου των Κάτω Χωρών, παρ. 29, καθώς και τις ακόλουθες αποφάσεις της Επιτροπής επί συγκεντρώσεων στις υποθέσεις COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 9 και 19, COMP/M.1925-Scottish & Newcastle/Groupe Danone παρ. 12, COMP/M. 2044-Interbrew/Bass παρ. 22, 24 και 32. Βλ. COMP/M.2387-Heineken/Bayerische Brauholding/JV παρ. 11, COMP/M.2740- Scottish & Newcastle/Hartwall παρ. 9, COMP/M.2877-Karlsberg/Brau Holding International/Karlsberg International, παρ. 13, COMP/M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets, παρ. 11, COMP/M.4999-Heineken/Scottish & Newcastle Assets, παρ. 12, COMP/M.6587-Molson Coors/Starbev, παρ. 7. Βλ. επίσης απόφαση Ε.Α. 207/III/2002 (Coca-Cola) παρ. 2 καθώς και απόφαση 2116/2004 ΔΕφΑθ παρ. 9-11. Πρβλ. και αποφάσεις της Ε.Α. 434/V/2009 (NESTLE) παρ. 21-23 καθώς και 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 81 επ. και τις αντίστοιχες επ' αυτών εκδοθείσες αποφάσεις του ΔΕφΑθ 2265/2010 παρ. 26-27 και 869/2013 παρ. 36.

[178] Απόφαση ΔΕΚ της 28.02.1991 στην υπόθεση C-234/89 Στέργιος Δηλιμίτης και Henninger Bräu AG Συλλ. I-935, σκ. 16.

[179] Απόφαση ΠΕΚ της 05.07.2001, υπόθεση T-25/99, Colin Arthur Roberts και Valerie Ann Roberts κατά Επιτροπής, σκ. 16.

[180] Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται, σύμφωνα με την ως άνω απόφαση (ΔΕΚ της 28.02.1991 στην υπόθεση C-234/89 Στέργιος Δηλιμίτης σκ. 17), από το γεγονός ότι υπάρχει αλληλοεπικάλυψη, σε ένα βαθμό, μεταξύ των δύο αυτών δικτύων διάθεσης. Βλ. σχετικά και απόφαση της Επιτροπής της 18.04.2007 στην υπόθεση COMP/B/37.766-αγορά ζύθου των Κάτω Χωρών, παρ. 29.

κατανάλωση επί τόπου. Διαπίστωσε ότι, από την άποψη του καταναλωτή, ο τομέας των προαναφερομένων καταστημάτων που περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τα καφενεία και τα εστιατόρια, διαφέρει από τον τομέα του λιανικού εμπορίου, καθόσον η πώληση στα πρώτα δεν εξαρτάται κυρίως από οικονομικούς παράγοντες. Προσέθεσε ότι αυτή η ιδιαιτερότητα των πωλήσεων εντός των καταστημάτων αυτών επιβεβαιώνεται από το γεγονός ότι οι ζυθοποιίες έχουν οργανώσει ειδικά δίκτυα διανομής στον τομέα αυτόν, για τα οποία είναι αναγκαίες ειδικές εγκαταστάσεις, και ότι οι τιμές στον τομέα αυτόν είναι κατά γενικό κανόνα υψηλότερες των τιμών πωλήσεως στο λιανικό εμπόριο.

143 Επισημαίνεται σε κάθε περίπτωση ότι στη νομολογία το ζήτημα τίθεται ενδεχομένως σε σχέση με στενότερη, και πάντως όχι ευρύτερη της αγοράς μπίρας, οριοθέτηση της προϊοντικής αγοράς και ότι σε καμία υπόθεση Ευρωπαϊκής Αρχής Ανταγωνισμού δεν έχει γίνει δεκτό ότι άλλα προϊόντα, πλην του ζύθου, εντάσσονται στη σχετική προϊοντική αγορά. Τα καταστήματα τα οποία πωλούν οινοπνευματώδη ποτά για κατανάλωση επί τόπου φαίνεται να εμφανίζουν, και στην Ελλάδα, όπως και στο Ηνωμένο Βασίλειο όσο και στη Γερμανία, ένα κοινό χαρακτηριστικό: από την άποψη του καταναλωτή, η πώληση σε αυτά συνδέεται με παροχή υπηρεσιών, ως προς δε τις ζυθοποιίες, η διανομή έχει οργανωθεί σύμφωνα με συστήματα που χαρακτηρίζουν αυτόν τον τομέα, ενώ οι εφαρμοζόμενες τιμές αναμένεται να είναι, κατά γενικό κανόνα, υψηλότερες των τιμών πωλήσεως στο λιανικό εμπόριο.

144 Συναφώς, το σύνολο των σημείων τελικής κατανάλωσης εμφανίζουν τα εξής ιδίως κοινά χαρακτηριστικά: τα ποτά αγοράζονται για να καταναλωθούν επί τόπου και σε αυτά η έννοια της υπηρεσίας είναι σημαντική. Τα κοινά αυτά χαρακτηριστικά, που ασκούν επιρροή στην οριοθέτηση της σχετικής αγοράς, εφαρμόζονται αδιακρίτως στο σύνολο των καταστημάτων που πωλούν οινοπνευματώδη ποτά για κατανάλωση επί τόπου, παρά το γεγονός ότι τα καταστήματα εμφανίζουν μεταξύ τους αρκετά σημαντικές διαφορές όσον αφορά το πλαίσιο και την ατμόσφαιρα εντός των οποίων πραγματοποιείται η πώληση, τη φύση των υπηρεσιών που συνδέονται με την πώληση και ακόμη, ενδεχομένως, τις τιμές που ισχύουν στα εν λόγω καταστήματα[181].

145 Από την άλλη πλευρά, οι καταναλωτές απευθύνονται στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης πρωτίστως με σκοπό την προγραμματισμένη αγορά μεγαλύτερων σε σχέση με την επιτόπια κατανάλωση ποσοτήτων για μεταγενέστερη κατανάλωση στο σπίτι ή για αποθήκευση.

146 Σημειώνεται, επιπροσθέτως, ότι σε σχέση με τη διάκριση μεταξύ επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης και ανά κανάλι διανομής, σε συγκρίσιμα συμπεράσματα είχαν καταλήξει προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής στην αγορά των αλμυρών σνακς (απόφαση 314/V/2006 – συγκέντρωση Δέλτα/Chipita και απόφαση 520/VI/2011 ΤΣΑΚΙΡΗΣ ΑΒΕΕ κατά TASTY FOODS ΑΒΓΕ), βάσει των οποίων η αγορά των αλμυρών σνακς μπορεί να διακριθεί περαιτέρω ανά κανάλι, με γνώμονα τα δίκτυα διανομής, λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού σε καθένα από αυτά. Σύμφωνα με τις εν λόγω αποφάσεις, οι διαφορές συνίστανται, μεταξύ άλλων, στη φύση της κατανάλωσης ως παρορμητικής ή ως αποτέλεσμα σύγκρισης τιμών και ποιότητας, ή ακόμη και στην τιμή και στη διαφορετική διαπραγματευτική δύναμη των καταστημάτων σε κάθε κανάλι. Οι αποφάσεις αυτές αποτελούν μια ακόμη ένδειξη για τη βασιμότητα των ως άνω διαπιστώσεων.

---

[181] Απόφαση ΠΕΚ, Roberts κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 32.

147 Σε κάθε περίπτωση, επισημαίνεται ότι η περαιτέρω διάκριση της αγοράς ζύθου κατά τα ανωτέρω δεν είναι κρίσιμη για τη στοιχειοθέτηση των παραβάσεων στην κρινόμενη υπόθεση, ούτε και μεταβάλλει τη σχετική κρίση της Επιτροπής εν προκειμένω, δεδομένου ότι η καταγγελλόμενη κατέχει ούτως ή άλλως δεσπόζουσα θέση, ανεξαρτήτως περαιτέρω διάκρισης μεταξύ επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης αλλά και ανά κανάλι διανομής (χονδρεμπορικό και λιανεμπορικό επίπεδο πωλήσεων).

148 Επιπλέον, εν προκειμένω, δεν απαιτείται περαιτέρω διάκριση ανάλογα με τον τύπο της μπίρας (π.χ. lager, ale ή stout). Το ζήτημα της εν λόγω πιθανής διάκρισης παραμένει ανοικτό σύμφωνα με την πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, και συναρτάται με τις ιδιαιτερότητες της υπό κρίση εθνικής αγοράς[182,183]. Η επιμέρους εξέταση των διαφόρων τύπων μπίρας παρέλκει σε σχέση ιδίως με την ελληνική αγορά δεδομένου ότι όπως εκτιμάται από την εταιρία ερευνών Canadean η μπίρα τύπου lager αντιπροσωπεύει από το 2005 τουλάχιστον, ποσοστό ανώτερο του [95-100]% του συνόλου της εγχώριας κατανάλωσης ζύθου[184,185]. Ο Πίνακας ΙΙΙ.1 του Παραρτήματος Ι παρουσιάζει τα σχετικά ευρήματα της έρευνας. Σε σχέση με την τυχόν περαιτέρω διάκριση, ανάλογα με την ποιότητα, στις μπίρες standard και premium[186], παρατηρείται, σύμφωνα με έρευνες αγοράς που έχει πραγματοποιήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ότι ενώ οι ζυθοποιίες έχουν την τάση να θεωρούν ένα ή περισσότερα σήματά τους ως ανήκοντα στην κατηγορία μπίρας premium, δεν υπάρχουν ωστόσο κοινά κριτήρια για την κατηγοριοποίηση αυτή[187]. Δεδομένης της ως άνω αναφερθείσας αδυναμίας υιοθέτησης ομοιογενών κριτηρίων ποιοτικής κατηγοριοποίησης, δεν προσήκει επομένως η διάκριση των προϊόντων ζύθου σε standard και premium.

149 Το γεγονός ότι δεν απαιτείται η περαιτέρω κατηγοριοποίηση της αγοράς ανάλογα με την ποιότητα ή τον τύπο της μπίρας ενισχύεται έτι περαιτέρω από το ότι, από πλευράς υποκατάστασης προσφοράς, το κόστος αλλαγής της γραμμής παραγωγής για τα διάφορα είδη μπίρας είναι μικρό εφόσον σε όλα τα είδη τα απαραίτητα συστατικά είναι ίδια. Επιπλέον, τα δίκτυα διανομής και η δυνατότητα πρόσβασης σε αυτά δεν διαφέρει ανά είδος μπίρας, καθότι όλοι οι τύποι μπίρας καταναλώνονται κατά κύριο λόγο στις ίδιες περιστάσεις.

---

[182] Στη Γερμανία λ.χ. η διάκριση μεταξύ μπίρας lager και ale δεν είναι κρίσιμη, καθώς οι γερμανικές μπίρες είναι στην πλειοψηφία τους τύπου Pilsner. Βλ. σχετικά COMP/M. 3032-Interbrew/Brauergilde, παρ. 12.

[183] Αναφορικά με την αγγλική αγορά μπίρας, έχει αναφερθεί ότι οι μπίρες τύπου ale και lager θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι αποτελούν διακριτές σχετικές αγορές προϊόντος (βλ. σχετικά COMP/M. 2044-Interbrew/Bass παρ. 14 και 33 και COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 11, 14-15) με περαιτέρω διάκριση, ανάλογα με την ποιότητα, τις μπίρες standard και premium (βλ. σχετικά COMP/M. 3032-Interbrew/Brauergilde, παρ. 13, COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 12, 14-15).

[184] Βλ. σχετ. τις μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά "The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle", "Beer Service Market Insights 2010 Cycle" και "Beer Service Market Insights 2012 Cycle". Τις εν λόγω μελέτες προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία.

[185] Επιπλέον και η ICAP, στις σχετικές μελέτες που έχει δημοσιεύσει σχετικά με τον κλάδο της ζυθοποιίας κατά τα έτη 2007, 2009 και 2011, εκτιμά ότι οι μπίρες τύπου lager αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του [85-95]% επί της συνολικής εγχώριας κατανάλωσης μπίρας.

[186] Βλ. σχετικά COMP/M. 3032-Interbrew/Brauergilde, παρ. 13, COMP/M. 2569-Interbrew/Beck's παρ. 12, 14-15.

[187] Διαφορετικοί παράγοντες, όπως η τιμή (αν λ.χ. υπερβαίνει κατά 20% την τιμή των λοιπών μπιρών), η γεωγραφική εμβέλεια της διανομής (π.χ. σε εθνικό επίπεδο), δαπάνες διαφήμισης ή απλώς η «εικόνα» (image) που αποδίδεται σε συγκεκριμένο σήμα, είναι δυνατόν να είναι καθοριστικοί για την κατηγοριοποίηση μιας μπίρας ως standard ή premium. Βλ. σχετικά COMP/M. 3032- Interbrew/Brauergilde, παρ. 11, COMP/M. 2044-Interbrew/Bass παρ. 17, COMP/M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner, παρ. 15.

150 Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω καθώς και τη σχετική ελληνική και ενωσιακή νομολογία, ορίζεται ως σχετική αγορά προϊόντος η αγορά παραγωγής/εισαγωγής και διάθεσης μπίρας, με εξέταση και των επιπέδων χονδρικής και λιανικής διάθεσης, και με περαιτέρω διάκριση ως προς την τελευταία μεταξύ: α) της διάθεσης προς πώληση της μπίρας μέσω σημείων επιτόπιας κατανάλωσης (τομέας Horeca λ.χ. ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφενεία, μπαρ) και β) της διάθεσης προς πώληση μπίρας μέσω σημείων για κατανάλωση εκτός του καταστήματος (λ.χ. σούπερ μάρκετ, μίνι μάρκετ και εν γένει καταστήματα - σημεία χωρίς άδεια κατανάλωσης).

Συμπέρασμα

151 Η παρούσα ανάλυση αφορά επομένως, σύμφωνα με τις ως άνω αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των Ενωσιακών Δικαστηρίων, στην παραγωγή/εισαγωγή και τη διάθεση σε χονδρεμπορικό και λιανεμπορικό επίπεδο[188] ζύθου, ενώ, σε σχέση με το τελευταίο, ακολουθείται η διάκριση που γίνεται μεταξύ επιτόπιας κατανάλωσης και κατανάλωσης εκτός του καταστήματος, ήτοι μελλοντικής κατανάλωσης[189]. Σε κάθε περίπτωση, επισημαίνεται ότι η καταγγελλόμενη κατέχει ούτως ή άλλως δεσπόζουσα θέση, ανεξαρτήτως της ως άνω διάκρισης.

V.3.2.1. Οικονομικές μελέτες

152 Κατά την κρίση της Επιτροπής, η συνολική και συνδυαστική αξιολόγηση των ως άνω ποιοτικών και ποσοτικών στοιχείων οδηγεί ευθέως στο συμπέρασμα ότι η μπίρα συνιστά διακριτή προϊοντική αγορά για τους σκοπούς της εξεταζόμενης υπόθεσης. Συναφώς, αποδεικνύεται ότι η ΑΖ, ως προμηθεύτρια ζύθου, δεν υπόκειται σε άμεση και αποτελεσματική πίεση λόγω του ανταγωνισμού από τους προμηθευτές κρασιού (χύμα ή εμφιαλωμένου), ούζου, RTDs και λοιπών αλκοολούχων ποτών όπως αβασίμως διατείνεται η καταγγελλόμενη. Προς έλεγχο ή/και απόδειξη τούτου, δεν απαιτείται η διενέργεια περαιτέρω οικονομικών αναλύσεων. Ωστόσο, για λόγους πληρότητας, κρίνεται εν προκειμένω χρήσιμη η συνοπτική παρουσίαση των οικονομικών εκθέσεων που υπέβαλαν τα μέρη προς υποστήριξη των θέσεών τους[190].

Οικονομική ανάλυση σχετικής αγοράς από την καθ' ης

---

[188] COMP/M. 2152-Scottish & Newcastle/JV/Centralcer, παρ.10.

[189] Κατά κανόνα η επιτόπια κατανάλωση και η κατανάλωση εκτός καταστήματος θεωρούνται ως διακριτές αγορές που υπάγονται στην ευρύτερη αγορά λιανικού εμπορίου (COMP/M.1925-Scottish & Newcastle/Groupe Danone παρ. 12, COMP/M. 2152-Scottish & Newcastle/JV/Centralcer παρ. 11, COMP/M. 3032 Interbrew/Brauergilde, παρ. 9, COMP/M.3195-Heineken/BBAG, παρ. 7, COMP/M.3372-Carlsberg/Holsten, παρ. 8, COMP/M.3289-Interbrew/Spaten-Franziskaner, παρ. 7). Στην απόφαση του ΔΕΚ στην υπόθεση Δηλιμίτης (απόφαση ΔΕΚ της 28.2.1991 στην υπόθεση C-234/89 Στέργιος Δηλιμίτης και Henninger Bräu AG Συλλ. [1991] I-935, σκ. 16) καθώς και στην απόφαση της Επιτροπής της 5.12.2003 (στην υπόθεση IV/37.614/F3-PO/Interbrew και Alken-Maes, παρ. 1 και 298) ο τομέας του λιανικού εμπορίου αντιπαραβάλλεται προς τον τομέα ποτοπωλείων, καφενείων και εστιατορίων.

[190] Υπενθυμίζεται ότι και βάσει της Ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού (ό.π., παρ. 39), η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη της τα διαθέσιμα ποσοτικά στοιχεία *τα οποία είναι ικανά να αντεπεξέλθουν σε αυστηρό και διεξοδικό έλεγχο*, προκειμένου να προσδιορίσει τις συνθήκες κάτω από τις οποίες πραγματοποιήθηκε η υποκατάσταση στο παρελθόν και τα χαρακτηριστικά της (εκτίμηση της ελαστικότητας και της αλληλεπίδρασης των τιμών στη ζήτηση ενός προϊόντος, παραλληλισμοί της διαχρονικής κίνησης τιμών, ανάλυση των αιτιακών σχέσεων μεταξύ χρονολογικών σειρών τιμών και συσχέτιση επιπέδου τιμών ή/και της σύγκλισής τους).

153 Ως προς το ζήτημα της σχετικής αγοράς η ΑΖ επικαλείται την Έκθεση […] του τεχνικού συμβούλου […][191]. Σύμφωνα με αυτήν, υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι στην ελληνική αγορά υπάρχει υψηλή υποκαταστασιμότητα μεταξύ μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών (π.χ. κρασί, ούζο-τσίπουρο, RTD κ.ά.) που θέτουν υπό αμφισβήτηση τον ορισμό της σχετικής αγοράς μόνο με βάση τα προϊόντα μπίρας.

154 Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν αμφισβητεί τους παράγοντες της περιεκτικότητας σε αλκοόλ, της γεύσης και των διαφοροποιήσεων στην τιμή και στον τρόπο φορολόγησης, όμως σημειώνει τη διαφοροποίηση μέσα στα ίδια τα προϊόντα μπίρας, για να επικαλεστεί, από οικονομική άποψη, άλλους παράγοντες και δη τις σταυροειδείς ελαστικότητες των δυνητικών προϊόντων και το τεστ του υποθετικού μονοπωλητή. Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ υποστηρίζει ότι με βάση κάποια στοιχεία άλλων χωρών σχετικά με εκτιμήσεις των ελαστικοτήτων προϊόντων μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών, και κάποιες εκτιμήσεις με βάση εμπειρικά δεδομένα για την Ελλάδα, η κατανάλωση προϊόντων μπίρας φαίνεται να έχει υψηλή και σημαντική σταυροειδή ελαστικότητα με άλλα αλκοολούχα ποτά, όπως το κρασί, το ούζο και τα Ready to Drink («RTD») και δεν είναι προφανές ότι τα προϊόντα μπίρας μπορεί να ιδωθούν απομονωμένα χωρίς να συμπεριληφθούν στη σχετική αγορά τους άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα.

155 Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ χρησιμοποίησε μελέτη καταναλωτικής συμπεριφοράς του Ην. Βασιλείου[192] για να εξετάσει ίδιες και σταυροειδείς ελαστικότητες για την μπίρα, το κρασί, το cider, τα αλκοολούχα ποτά («spirits») και τα RTD στην αγορά επιτόπιας και στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης. Τα αποτελέσματα της εν λόγω έρευνας η οποία βασίσθηκε σε στοιχεία της περιόδου 2001 – 2006 παρουσιάζονται ακολούθως:

ΙΔΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΑΥΡΟΕΙΔΕΙΣ ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΕΣ ΗΝ.ΒΑΣ. (2001 – 2006)

	On-trade					Off-trade				
regressors	$\hat{q}$(beer)	$\hat{q}$(wine)	$\hat{q}$(cider)	$\hat{q}$(spirit)	$\hat{q}$(RTD)	$\hat{q}$(beer)	$\hat{q}$(wine)	$\hat{q}$(cider)	$\hat{q}$(spirit)	$\hat{q}$(RTD)
lnP(beer on)	**-0.773*** **	0.542***	-0.423*	0.048	0.231	-0.195**	0.166**	0.055	-0.135	0.174
	-0.049	-0.085	-0.172	-0.11	-0.155	-0.067	-0.053	-0.139	-0.087	-0.168
lnP(wine on)	-0.056*	**-0.456*** **	-0.073	0.109*	0.001	0.226***	0.066*	0.286***	0.353***	0.317***
	-0.022	-0.047	-0.075	-0.042	-0.065	-0.031	-0.028	-0.065	-0.041	-0.072
lnP(cider on)	0.162*	0.089	**-0.854** **	0.222	0.293	0.260**	0.134	-0.077	0.168	0.19
	-0.067	-0.107	-0.264	-0.123	-0.188	-0.089	-0.072	-0.21	-0.123	-0.229
lnP(spirits on)	-0.131***	-0.022	-0.326***	**-1.153*** **	-0.678***	0.071**	0.156***	0.166**	0.094*	-0.047
	-0.023	-0.038	-0.081	-0.055	-0.072	-0.028	-0.024	-0.057	-0.038	-0.077
lnP(RTDs on)	-0.05	0.237*	-0.229	-0.063	**-0.906*** **	-0.037	0.161*	-0.167	-0.033	-0.258
	-0.06	-0.097	-0.21	-0.114	-0.191	-0.076	-0.064	-0.161	-0.109	-0.212
lnP(beer off)	-0.183***	0.218***	0.081	0.067	-0.135	**-1.105*** **	0.029	-0.427***	-0.346***	-0.298*
	-0.042	-0.065	-0.127	-0.074	-0.106	-0.059	-0.046	-0.124	-0.074	-0.148
lnP(wine off)	-0.03	0.105	-0.121	-0.099	-0.446***	-0.384***	**-0.538*** **	-0.905***	-0.086	-0.768***
	-0.031	-0.056	-0.107	-0.057	-0.088	-0.044	-0.041	-0.096	-0.061	-0.118
lnP(cider off)	-0.039	0.301***	-0.363*	0.036	0.086	0.029	0.187***	**-1.341*** **	0.048	-0.041
	-0.044	-0.07	-0.147	-0.076	-0.114	-0.056	-0.046	-0.147	-0.077	-0.15
lnP(spirit off)	0.056	0.168*	-0.107	-0.12	-0.106	-0.221***	0.043	-0.367**	**-0.899*** **	-0.506**
	-0.047	-0.071	-0.142	-0.085	-0.134	-0.064	-0.054	-0.128	-0.086	-0.161
lnP(RTD off)	0.011	0.073	-0.035	0.162*	-0.049	0.042	-0.045	-0.064	-0.018	**-0.932*** **
	-0.045	-0.074	-0.133	-0.076	-0.119	-0.057	-0.045	-0.118	-0.073	-0.162
lnincome	0.310***	0.899***	0.642***	0.548***	0.693***	0.219***	0.424***	0.169***	0.322***	0.263***
	-0.02	-0.039	-0.075	-0.038	-0.054	-0.021	-0.02	-0.044	-0.029	-0.057

$^*p<0.05$ $^{**}p<0.01$ $^{***}p<0.001$

Πηγή: Collis, Grayson, Johal (2010), “Econometric Analysis of Alcohol Consumption in the UK”, HM Revenue and Customs working paper 10.

156 Σύμφωνα με την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ «[π]ρώτον […] η ίδια ελαστικότητα της μπίρας στη ζεστή αγορά είναι πιο ελαστική από αυτή στην κρύα. Δεύτερον, στην κρύα αγορά το κρασί έχει μία θετική και

[191] Κεφάλαιο 1.2.

[192] Collis, Grayson, Johal (2010), “Econometric Analysis of Alcohol Consumption in the UK”, HM Revenue and Customs working paper 10.

στατιστικά σημαντική σταυροειδή ελαστικότητα με τη μπίρα γεγονός που υποδηλώνει ότι τα δύο είναι ισχυρά υποκατάστατα. Τρίτον, οι σταυροειδείς ελαστικότητες στη ζεστή αγορά μεταξύ της μπίρας και των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών (πλην του κρασιού) είναι αρνητικές (γεγονός που υποδηλώνει ότι είναι συμπληρωματικά και όχι υποκατάστατα). Όπως εξηγούν οι συντάκτες της έρευνας, αυτό καταδεικνύει το γεγονός ότι στη ζεστή αγορά οι καταναλωτές είτε αγοράζουν κάποιο αλκοολούχο ποτό είτε δεν αγοράζουν τίποτα».

157 Σημειώνεται ωστόσο ότι το ως άνω συμπέρασμα της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ βασίζεται στα αποτελέσματα των επιμέρους εκτιμήσεων των υποδειγμάτων με εξαρτημένη κάθε φορά μεταβλητή τη ζήτηση για κάθε ένα εκ των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών (πλην της μπίρας), ξεχωριστά. Σύμφωνα όμως με τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων των υποδειγμάτων με εξαρτημένη μεταβλητή τη ζητούμενη ποσότητα μπίρας τα ως άνω συμπεράσματα διαφοροποιούνται. Συγκεκριμένα, η σταυροειδής ελαστικότητα με το κρασί, τόσο στη ζεστή όσο και στην κρύα αγορά, είναι μεν στατιστικά σημαντική με αρνητικό όμως πρόσημο, γεγονός που υποδηλώνει ότι τα προϊόντα είναι συμπληρωματικά και όχι υποκατάστατα. Το ίδιο ισχύει και για τα «spirits», ενώ στην περίπτωση των «RTD's» οι αντίστοιχοι συντελεστές σταυροειδούς ελαστικότητας εμφανίζονται στατιστικά μη σημαντικοί. Η μόνη περίπτωση στατιστικά σημαντικής και θετικής σταυροειδούς ελαστικότητας εμφανίζεται στην περίπτωση των «cider» και μόνον στην κρύα αγορά[193]. Ωστόσο, όπως και στην περίπτωση του κρασιού, τα αποτελέσματα σταυροειδών ελαστικοτήτων μεταξύ των υποδειγμάτων για τα ίδια προϊόντα εμφανίζονται διαφοροποιημένα με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατή η εξαγωγή ασφαλούς συμπεράσματος.

158 Περαιτέρω, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αναφέρεται και στα αποτελέσματα αντίστοιχης ανάλυσης που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο σχετικής έρευνας (Expenditure and Food Survey) για το Ην. Βασίλειο, για την περίοδο 2001-2009[194]. Σύμφωνα με την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, η ίδια ελαστικότητα της μπίρας στη ζεστή αγορά είναι πιο ελαστική από αυτή στην κρύα και στην κρύα αγορά το κρασί και τα υπόλοιπα αλκοολούχα ποτά έχουν θετικές και στατιστικά σημαντικές σταυροειδείς ελαστικότητες με τη μπίρα.

[193] Σε κάθε περίπτωση όμως η κατανάλωση «cider» στο Ηνωμένο Βασίλειο δεν προκύπτει ότι είναι συγκρίσιμη.
[194] Meng, Brennan, Purshouse, Hill-McManus, Angus, Holmes and Meier (2011), "Estimation of own and cross price elasticities of alcohol demand in the UK – a pseudopanel approach using the Living Costing and Food Survey 2001 to 2009", Health Economics and Decision Science (HEDS) Discussion Paper 13/11.

ΙΔΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΑΥΡΟΕΙΔΕΙΣ ΕΛΑΣΤΙΚΟΤΗΤΕΣ ΗΝ.ΒΑΣ. (2001 – 2009)

		Purchase									
		Off-beer	Off-cider	Off-wine	Off-spirits	Off-RTDs	On-beer	On-cider	On-wine	On-spirits	On-RTDs
Price	Off-beer	-0.980*	-0.189	0.096	-0.368	-1.092	-0.016	-0.050	0.253	0.030	0.503
	Off-cider	0.065	-1.268*	0.118	-0.122	-0.239	-0.053	0.093	0.067	-0.108	-0.194
	Off-wine	-0.040	0.736*	-0.384*	0.363	0.039	-0.245	-0.155	0.043	-0.186	0.110
	Off-spirits	0.113	-0.024	0.163	-0.082	-0.042	0.167	0.406	0.005	0.084	0.233
	Off-RTDs	-0.047	-0.159	-0.006	0.079	-0.585*	-0.061	0.067	0.068	-0.179*	0.093
	On-beer	0.148	-0.285	0.115	-0.028	0.803	-0.786*	0.867	1.042*	1.169*	-0.117
	On-cider	-0.100	0.071	0.043	0.021	0.365	0.035	-0.591*	0.072	0.237*	0.241
	On-wine	-0.197	0.094	-0.154	-0.031	-0.093	-0.276	-0.031	-0.871*	-0.021	-0.363
	On-spirits	0.019	-0.117	-0.027	-0.280	-0.145	-0.002	-0.284	0.109	-0.890*	0.809*
	On-RTDs	0.079	0.005	-0.085	-0.047	0.369	0.121	-0.394	-0.027	-0.071	-0.187

Remarks *: p-value <0.05

Πηγή: Meng, Brennan, Purshouse, Hill-McManus, Angus, Holmes and Meier (2011), “Estimation of own and cross price elasticities of alcohol demand in the UK – a pseudopanel approach using the Living Costing and Food Survey 2001 to 2009”, Health Economics and Decision Science (HEDS) Discussion Paper 13/11.

159 Σημειώνεται ότι όπως και στην περίπτωση της κατά τα ανωτέρω ανάλυσης της μελέτης των Collis, Grayson, Johal (2010), τα συμπεράσματα βασίζονται στις εκτιμήσεις των υποδειγμάτων με εξαρτημένη κάθε φορά μεταβλητή έκαστο εκ των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών (πλην της μπίρας). Ως εκ τούτου, με βάση τις αντίστοιχες εκτιμήσεις των υποδειγμάτων με εξαρτημένη μεταβλητή τη ζητούμενη ποσότητα της μπίρας, τα αποτελέσματα διαφοροποιούνται. Στη συγκεκριμένη περίπτωση μάλιστα κανένας εκ των εκτιμηθέντων συντελεστών σταυροειδούς ελαστικότητας της μπίρας έναντι των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών δεν εμφανίζεται στατιστικά σημαντικός. Και επιπλέον, ακόμη και για το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ορίσει τη σχετική προϊοντική αγορά ως την αγορά του ζύθου[195].

160 Περαιτέρω, η οικονομική μελέτη της ΑΖ επικαλείται σχετικά και τη μελέτη των Orwang και Cho (2009)[196] για τον Καναδά στην οποία, σύμφωνα με την ΑΖ, με στοιχεία για τον Καναδά από το 1980 μέχρι το 2003 προκύπτει συμπέρασμα περί υποκαταστασιμότητας μπίρας και κρασιού. Ωστόσο η ΑΖ δεν προσκομίζει τα αποτελέσματα της εν λόγω μελέτης. Σε κάθε περίπτωση, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αναγνωρίζει ότι η επικαλούμενη αυτή βιβλιογραφία αφορά σε χώρες πολύ διαφορετικές από την Ελλάδα, όσον αφορά το κλίμα ή την ποικιλία προϊόντων, αλλά σημειώνει ότι σε αυτές τις χώρες υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι και άλλα αλκοολούχα ποτά (με κυριότερο το κρασί) αποτελούν σημαντικά υποκατάστατα για την μπίρα και επομένως θα έπρεπε να ληφθούν υπόψη στον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς.

161 Σε σχέση με την εγχώρια αγορά, σύμφωνα με την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, παρουσιάζονται ισχυρές

[195] Βλ. απόφαση Ευρ. Επιτροπής της 19.12.2002, COMP/M. 3032-Interbrew/Brauergilde, την απόφαση της 22.08.2000 COMP/M.2044-Interbrew/Bass, την απόφαση 2000/484/ΕΚ της Ευρ. Επιτροπής, της 29.06.2000, υποθέσεις IV 36.456/F3 - Inntrepreneur και IV/36.492/F3 – Spring, EE L 195 της 01/08/2000 σ. 49, απόφαση 1999/473/ΕΚ της Ευρ. Επιτροπής της 16.06.1999, υπόθεση IV/36.081/F3 – Bass EE L 186 της 19/07/1999 σ. 1, απόφαση 1999/474/ΕΚ της Ευρ. Επιτροπής της 16.06.1999, υπόθεση IV/35.992/F3 - Scottish and Newcastle, EE L 186 της 19/07/1999 σ. 28, απόφαση 1999/230/ΕΚ της Ευρ. Επιτροπής της 24.02.1999, υπόθεση IV/35.079/F3 – Whitbread EE L 088 της 31/03/1999 σ. 26.

[196] Ogwang and Cho (2009) “Economic determinants of the consumption of alcoholic beverages in Canada: a panel data analysis”, *Empirical Economics*, 37: 599-613.

ενδείξεις για υψηλή υποκαταστασιμότητα μεταξύ μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών, παρότι η ανάλυση αυτή σημειώνει ότι στην ελληνική αγορά δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για την κρύα αγορά ικανά ώστε να της επιτρέψουν να εξετάσει την υποκαταστασιμότητα μεταξύ της μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών. Η ΑΖ, παρόλα αυτά, με εμπειρική διερεύνηση, αναφέρει ότι «είναι ξεκάθαρο» για κάποιον που ζει στην Ελλάδα ότι ανάλογα με την ώρα και την εποχή η μπίρα έχει πολλούς «ανταγωνιστές»: το μεσημέρι μαζί με το φαγητό η μπίρα είναι εύκολα εναλλάξιμη με το κρασί, το απόγευμα η μπίρα συναγωνίζεται περισσότερο με το ούζο ή το τσίπουρο, το βράδυ ο ανταγωνισμός από άλλα προϊόντα με περισσότερο αλκοόλ ή τα RTD είναι εντονότερος. Με εμπειρική διερεύνηση της αλληλεξάρτησης μεταξύ των προϊόντων αυτών η Οκονομική Ανάλυση ΑΖ συνέλεξε στοιχεία για τη συνολική μηνιαία κατανάλωση μπίρας, ούζου, κρασιού, RTD και λοιπόν αλκοολούχων ποτών κατά τα έτη 2005-2012[197] για τη ζεστή, ωστόσο, αγορά (κυρίως των σουπερ-μάρκετ). Στην αγορά αυτή κατά την ίδια, αναμένεται υψηλότερη ίδια ελαστικότητα, και χαμηλότερη υποκαταστασιμότητα σε σχέση με την κρύα αγορά και για το λόγο αυτό εκλαμβάνει τις σταυροειδείς ελαστικότητες ως κατώτερο επίπεδο των ελαστικοτήτων στην κρύα αγορά.

162 Με μηνιαία στοιχεία η ΑΖ εκτιμά παλινδρομήσεις συσχετίζοντας το λογάριθμο των συνολικών πωλήσεων μπίρας με τη μέση τιμή τους και με τους λογαρίθμους της μέσης τιμής προϊόντων ούζου, κρασιού, αλκοολούχων ποτών και RTD[198].

163 Ακολούθως παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων:

[…]

164 Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ανάλυσης μία αύξηση της μέσης τιμής επάγεται μία στατιστικά σημαντική μείωση των πωλήσεων μπίρας. Κατά την Οικονομική ανάλυση της ΑΖ, αυτό είναι αναμενόμενο ωστόσο η εκτίμηση του λογαρίθμου της μέσης τιμής του κρασιού έχει θετικό συντελεστή στατιστικά σημαντικό και άρα υπάρχει σημαντική υποκαταστασιμότητα μεταξύ κρασιού και μπίρας, και οι δύο αυτές αγορές δεν είναι ανεξάρτητες. Σε σχέση με τη σταυροειδή ελαστικότητα με τα προϊόντα ούζου (στήλη 2), η εικόνα είναι, σύμφωνα με την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, παραπλήσια και μία πτώση της τιμής του ούζου οδηγεί σε μείωση των πωλήσεων μπίρας. Ως προς τα αποτελέσματα των ιδίων και των σταυροειδών ελαστικοτήτων της μπίρας με τα RTD (στήλη 3), υφίσταται σημαντική υποκαταστασιμότητα μεταξύ των προϊόντων μπίρας και RTD. Τέλος (στήλη 4), σύμφωνα τα αποτελέσματα της παλινδρόμησης μεταξύ των πωλήσεων της μπίρας και των υπολοίπων αλκοολούχων ποτών (βότκα, τζιν, ουίσκι, κ.λπ.), η σταυροειδής ελαστικότητα είναι μεν στατιστικά σημαντική αλλά σαφώς μικρότερη από αυτή για το κρασί ή τα RTD. Κατά την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, υπάρχει απάντηση στον ενδεχόμενο ισχυρισμό ότι οι απλές αυτές συναρτήσεις ζήτησης δεν είναι αξιόπιστες αφού δεν χρησιμοποιούν κάποια βοηθητική μεταβλητή που να επηρεάζει μόνο την προσφορά και όχι τη ζήτηση. Ως εκ τούτου σύμφωνα με την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, με βάση την αύξηση (το 2009 και τον Ιανουάριο, Μάρτιο, Μάιο 2010) του ειδικού φορολογικού συντελεστή στα αλκοολούχα ποτά (ο οποίος

---

[197] Πηγή των στοιχείων είναι η εταιρεία […].

[198] Λόγω του μικρού δείγματος που έχουν και όλων των βοηθητικών μεταβλητών (*control variables*) που χρησιμοποιήθηκαν, δεν ήταν εφικτό να εισαχθούν ταυτόχρονα στην εκτιμώμενη συνάρτηση όλες οι τιμές όλων των ανταγωνιστικών προϊόντων. Ως εκ τούτου εκτιμήθηκαν δύο προϊόντα κάθε φορά.

επιβάλλεται σε όλα τα αλκοολούχα ποτά εκτός του κρασιού με διαφορετικούς συντελεστές για την μπίρα, το ούζο, τα RTD και τα αλκοολούχα ποτά), *«[η] αλλαγή στη φορολογία μας αποτελεί μίας πρώτης τάξεως βοηθητική μεταβλητή»*. Χρησιμοποιώντας τον ειδικό φόρο κατανάλωσης ως βοηθητική μεταβλητή, επενεκτιμήθηκαν οι συναρτήσεις ζήτησης για όλα τα προϊόντα (εκτός του κρασιού αφού για αυτό το προϊόν δεν υπάρχει τέτοια φορολόγηση). Στις στήλες (5-7) του ανωτέρω πίνακα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα βάσει των οποίων προκύπτει ότι οι σταυροειδείς ελαστικότητες γίνονται ισχυρότερες, ενώ οι συντελεστές παραμένουν στατιστικά σημαντικοί. Με βάση τις τιμές τους το πιο στενό υποκατάστατο για την μπίρα είναι το RTD, ακολουθούμενο από το ούζο και τέλος τα άλλα αλκοολούχα ποτά.

165 Συμπερασματικά, κατά την Οικονομική Ανάλυση της ΑΖ, με βάση τις προεκτεθείσες βιβλιογραφικές αναφορές για το Ηνωμένο Βασίλειο και τον Καναδά και με βάση μία πρώτη εκτίμηση των συσχετισμών της μπίρας με άλλα αλκοολούχα ποτά προκύπτουν ισχυρές ενδείξεις ότι ο ορισμός της σχετικής αγοράς με βάση μόνο τα προϊόντα μπίρας για την Ελλάδα δεν είναι τεκμηριωμένος και δεν δείχνει να ευσταθεί.

Οικονομική ανάλυση σχετικής προϊοντικής αγοράς από την καταγγέλλουσα

166 Σύμφωνα με τη Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση[199] την οποία προσκομίζει και επικαλείται η καταγγέλλουσα, κατά την ανάλυση του ορισμού της αγοράς στην οποία προβαίνει η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, ο συντάκτης αντλεί συμπεράσματα από εκτιμήσεις των ελαστικοτήτων χωρίς ωστόσο να εφαρμόσει το "SSNIP test" και την "ανάλυση κρίσιμων απωλειών (critical loss analysis)", τα οποία είναι τα ευρέως αποδεκτά πλαίσια για την αξιολόγηση αυτών των δεδομένων για τον προσδιορισμό των αγορών σε υποθέσεις ανταγωνισμού.

167 Η καταγγέλλουσα υποστηρίζει ότι η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αποτυγχάνει να αποδείξει ότι η αγορά είναι ευρύτερη πέραν των προϊόντων ζύθου για τους ακόλουθους λόγους.

168 Πρώτον, υπάρχει μεγάλο νομολογιακό προηγούμενο προγενέστερων υποθέσεων όπου η μπίρα ορίζεται ως χωριστή για σκοπούς αντιμονοπωλιακής πολιτικής που αφορούν σε ένα αριθμό διαφορετικών κρατών μελών της ΕΕ. Κατά την καταγγέλλουσα, αν κάποιος επιθυμεί να ισχυριστεί ότι υποθέσεις από άλλες χώρες δεν μπορεί να υποστηρίξουν τον προσδιορισμό της σχετικής αγοράς στην Ελλάδα, και ότι οι προτιμήσεις του καταναλωτή είναι σημαντικά διαφορετικές από ό,τι στα άλλα μέρη της Ευρώπης, θα πρέπει να βασίσει τον ισχυρισμό του σε συγκεκριμένη αιτιολόγηση, με δεδομένη τη συνέπεια των συμπερασμάτων της νομολογίας σε ότι αφορά στα άλλα κράτη μέλη της ΕΕ. Ωστόσο, κατά τη Μύθος, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν παρουσιάζει τέτοια αιτιολόγηση και στην πραγματικότητα βασίζεται εν μέρει στα στοιχεία της συμπεριφοράς του καταναλωτή στο Ηνωμένο Βασίλειο για να υποστηρίξει τα συμπεράσματά του (παρά το γεγονός ότι τα νομολογιακά προηγούμενα στο Ηνωμένο Βασίλειο υποδεικνύουν ότι η αγορά πρέπει να περιορίζεται στη μπίρα, σε αντίθεση με τα συμπεράσματά του).

169 Δεύτερον, ως προς τα συμπεράσματα για τον ορισμό της αγοράς από τις σταυροειδείς ελαστικότητες

[199] […].

της τιμής μεταξύ μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ[200], η Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση της καταγγέλλουσας επισημαίνει ότι για να αξιολογηθεί εάν η μπίρα αποτελεί διακριτή αγορά η σχετική ελαστικότητα είναι αυτή της ίδιας τιμής (*own-price* elasticity) της μπίρας[201].

170 Με άλλους λόγους, για να αναλυθεί εάν η μπίρα αποτελεί χωριστή αγορά, πρέπει να γνωρίζουμε κατά πόσο η κατανάλωση της μπίρας μειώνεται όταν η τιμή της μπίρας αυξάνεται. Είναι άσχετο εάν η κατανάλωση κάμπτεται επειδή οι καταναλωτές μεταστρέφονται προς το κρασί, ή το ουίσκι ή απλώς σταματούν εντελώς να ξοδεύουν χρήματα. Η σχετική ελαστικότητα είναι κατά συνέπεια η ελαστικότητα της ίδια της τιμής (own-price elasticity), η οποία καταδεικνύει κατά πόσο η κατανάλωση της μπίρας μειώνεται όταν η τιμή της μπίρας αυξάνεται. Οι σταυροειδείς ελαστικότητες έχουν σχέση με την άσκηση του ορισμού της αγοράς μόνο από τη στιγμή που έχει τεκμηριωθεί ότι η αγορά είναι ευρύτερη από αυτή της μπίρας μόνο. Σε αυτή την περίπτωση, οι σταυροειδείς ελαστικότητες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για το προσδιορισμό των άλλων προϊόντων που πρέπει να περιληφθούν στη σχετική αγορά.

171 Τρίτον, κατά την Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση της καταγγέλλουσας, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν περιέχει την ανάλυση κρίσιμης απώλειας (critical loss analysis), δεδομένου ότι για να προσδιορίσουμε ευρύτερα μια αγορά δεν είναι αρκετό να δειχθεί απλώς ότι οι επιχειρήσεις θα απολέσουν κάποιες πωλήσεις όταν αυξάνουν τιμές. Είναι αναγκαίο να καταδειχθεί ότι οι απώλειες στις πωλήσεις είναι αρκετά μεγάλες ώστε να δικαιολογούν την εν λόγω διεύρυνση της αγοράς.

172 Περαιτέρω, η καταγγέλλουσα αναφέρει το "SSNIP" τεστ ή τεστ του «υποθετικού μονοπωλιακού παίκτη» ("hypothetical monopolist")[202] ως «μία κοινά αποδεκτή προσέγγιση» που χρησιμοποιείται για τον ορισμό αγορών. Σύμφωνα με αυτό, η σχετική αγορά δεν περιλαμβάνει κάθε πιθανό υποκατάστατο, αλλά μόνο εκείνα τα υποκατάστατα που ασκούν επαρκείς πιέσεις στις τιμές ώστε να καθιστούν μια SSNIP ασύμφορη. Η καταγγέλλουσα υπογραμμίζει ότι η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν αναφέρεται στο τεστ SSNIP. Αντιθέτως εξάγει συμπεράσματα από το απλό γεγονός ότι άλλα αλκοολούχα ποτά έχουν θετικές και στατιστικά σημαντικές σταυροειδείς ελαστικότητες τιμής με τη μπίρα. Ωστόσο, κατά την καταγγέλλουσα, αυτές οι σταυροειδείς ελαστικότητες δείχνουν ότι αυτά τα προϊόντα αποτελούν πιθανά υποκατάστατα για τη μπίρα, αλλά δεν αποδεικνύουν ότι αυτά τα προϊόντα θα πρέπει να

---

[200] Παρ. 12 έως 15 και παρ. 24 της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ.

[201] Η σταυροειδής ελαστικότητα της τιμής μετρά πως η κατανάλωση ενός προϊόντος (π.χ. κρασί) μεταβάλλεται εάν η τιμή ενός άλλου προϊόντος (π.χ. μπίρας) αυξάνεται. Η ελαστικότητα της ίδιας της τιμής (own-price elasticity) μετρά πως η κατανάλωση ενός προϊόντος μεταβάλλεται εάν αυξηθεί η τιμή του ίδιου του προϊόντος.

[202] Το τεστ SSNIP ξεκινά με μια στενή υποψήφια/υπό εξέταση αγορά, που στην παρούσα περίπτωση θα είναι η αγορά που περιορίζεται στη μπύρα. Το τεστ τότε εξετάζει εάν θα ήταν κερδοφόρο για έναν υποθετικό μονοπωλητή (hypothetical monopolist) αυτή της υποψήφιας/υπό εξέταση (candidate) αγοράς να εφαρμόσει μια μικρή αλλά σημαντική μη προσωρινή αύξηση στην τιμή ("small but significant non-transitory increase in price" ("SSNIP"). Εάν μια SSNIP ήταν κερδοφόρα, η υπό εξέταση αγορά είναι μια αγορά που αξίζει να μονοπωληθεί και είναι γι' αυτό το λόγο μια σχετική αγορά από μόνη της για τις ανάγκες του δικαίου του ανταγωνισμού. Εάν μια SSNIP δεν είναι κερδοφόρα, η υπό εξέταση αγορά δεν αποτελεί μια αγορά που αξίζει να μονοπωληθεί και η σχετική αγορά για τις ανάγκες του δικαίου ανταγωνισμού θα είναι ευρύτερη απ' ότι γι' αυτό το προϊόν μόνο. Συνήθως ως SSNIP ορίζεται μια αύξηση τιμής της τάξεως του 5% ή 10%. Βλ. π.χ. παράγραφος 2.11, *The role of market definition in monopoly and dominance inquiries*, Office of Fair Trading, Ιούλιος 2001.

συμπεριληφθούν στην ίδια σχετική αγορά με τη μπίρα.

173 Επιπλέον, η ανάλυση κρίσιμης απώλειας (critical loss) είναι ένας πρακτικός τρόπος για την εφαρμογή του τεστ SSNIP και καθορίζει εάν τα υποκατάστατα πρέπει να περιληφθούν στη σχετική αγορά. Η «κρίσιμη απώλεια» (“*critical loss”*) είναι η μείωση στις πωλήσεις που επέρχεται ως αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης αύξησης της τιμής που είναι αρκετά μεγάλη ώστε καθιστά την αύξηση της τιμής ασύμφορη. Αυτό το όριο μπορεί να συγκριθεί με την «πραγματική απώλεια» (“*actual loss”*) πωλήσεων που η αύξηση τιμής θα μπορούσε να προκαλέσει. Αν η πραγματική απώλεια είναι μικρότερη από την κρίσιμη απώλεια, η αύξηση της τιμής θα ήταν συμφέρουσα, και η υπό εξέταση αγορά είναι μια χωριστή αγορά. Εάν η πραγματική απώλεια είναι μεγαλύτερη από την κρίσιμη απώλεια η αύξηση της τιμής δεν θα ήταν συμφέρουσα, οπότε η αγορά θα πρέπει να διευρυνθεί.

174 Η καταγγέλλουσα διενήργησε ανάλυση κρίσιμης απώλειας (critical loss analysis) και αποτύπωσε σε πίνακες [Πίνακας 1 και Πίνακας 2 κατωτέρω] τις κρίσιμες ελαστικότητες χρησιμοποιώντας τα περιθώρια καθαρού κέρδους της Αθηναϊκής μεταξύ 2005 και 2012 υπό διαφορετικές παραδοχές σχετικά με τα δικαιώματα δικαιόχρησης (royalties) και τον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης, αφενός για μια υποθετική αύξηση τιμής της τάξεως του 5% και αφετέρου με υποθετική αύξηση τιμής της τάξεως του 10%.

Πίνακας 1: Κρίσιμες Ελαστικότητες για αύξηση τιμής 5%

[…]

Πίνακας 2: Κρίσιμες Ελαστικότητες για αύξηση τιμής 10%

[…]

175 Σύμφωνα με τη Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση της καταγγέλλουσας, καμία από τις ελαστικότητες ίδιας τιμής της μελλοντικής αγοράς που εκτιμώνται από την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ υπερβαίνει το μέσο όρο κρίσιμων ελαστικοτήτων και βάσει της λογικής της οικονομικής της μελέτης, το ίδιο θα ίσχυε και στην περίπτωση για την επιτόπια αγορά, δεδομένου ότι οι ελαστικότητες ίδιας τιμής θα ήταν χαμηλότερες[203], ενώ αυτό συνεπάγεται ότι η σχετική αγορά για τους σκοπούς του δικαίου του ανταγωνισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει μόνο τη μπίρα.

176 Επίσης, κατά την Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση που προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία, η ως άνω μελέτη για λογαριασμό της ΑΖ είναι σε κάθε περίπτωση πιθανόν να υπόκειται στην «πλάνη του

[203] Σύμφωνα με τη Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση της Μύθος Ζυθοποιίας, στην παράγραφο 17, […] δηλώνει ότι δεδομένου ότι οι μελέτες του Ηνωμένου Βασιλείου διαπιστώνουν μια *χαμηλότερη σταυροειδή* ελαστικότητα τιμής στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης σε σχέση με τη αγορά επιτόπιας κατανάλωσης και εκτιμά ότι οι σταυροειδείς ελαστικότητες στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης στην Ελλάδα θα είναι ένα ‘προς τα κάτω όριο’ για τις σταυροειδείς ελαστικότητες στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης. Ωστόσο, οι μελέτες του Ηνωμένου Βασιλείου βρίσκουν μια *υψηλότερη ίδιας τιμής* ελαστικότητα στην μελλοντικής κατανάλωση απ’ ότι στην επιτόπιας κατανάλωσης αγορά. Κατά συνέπεια, κατά τη λογική […] η εκτίμηση του ότι οι ελαστικότητες ίδιας τιμής στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης στην Ελλάδα θα είναι ένα ‘προς τα πάνω’ όριο για τις ελαστικότητες ιδίας τιμής στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης.

σελοφάν» (“cellophane fallacy”)[204], δεδομένου ότι, ένας μονοπωλητής ή μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί επικερδώς να χρεώσει υψηλότερες τιμές από επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν αποτελεσματικό ανταγωνισμό, και, κατά συνέπεια, εφαρμόζοντας τα τεστ SSNIP ή κρίσιμης απώλειας σε αυτές τις τρέχουσες τιμές θα μπορούσε συνεπώς να υπονοηθεί ότι η αγορά πρέπει να διευρυνθεί, αλλά ένα τέτοιο συμπέρασμα θα ήταν ξεκάθαρα εσφαλμένο (καθώς προκύπτει από το γεγονός ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση έχει ήδη ασκήσει την δύναμη της στην αγορά). Αντιθέτως, τα τεστ SSNIP ή κρίσιμης απώλειας πρέπει να εφαρμοστούν στο επίπεδο της ανταγωνιστικής τιμής. Ενώ, όπως σημειώνεται στην έκθεση του OFT[205], η αναγνώριση υποκατάστατων προϊόντων στις επικρατούσες τιμές δεν σημαίνει ότι εκείνα τα προϊόντα θα ήταν αναγκαστικά υποκατάστατα των υπό εξέταση προϊόντων σε ανταγωνιστική τιμή. Συνεπώς, κατά τη Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυση της Μύθος Ζυθοποιία, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ μπορεί να υπερεκτίμησε την ελαστικότητα ίδιας τιμής της μπίρας στην Ελλάδα καθώς βάσισε την ανάλυσή της στα τρέχοντα επίπεδα τιμών[206].

177 Τέλος, η Μύθος υποστηρίζει ότι η ανάλυση της ΑΖ πραγματοποιήθηκε σε επίπεδο λιανικής (τελικού καταναλωτή), παρότι η υπόθεση αφορά σε κατάχρηση στο επίπεδο του χονδρεμπορίου και εάν υπάρχει ατελής ανταγωνισμός στο επίπεδο λιανικής, η ελαστικότητα της ζήτησης σε επίπεδο χονδρεμπορίου θα είναι χαμηλότερη από την ελαστικότητα της ζήτησης στο επίπεδο λιανικής. Επίσης η Μύθος σημειώνει τα συμπεράσματα της έκθεσης [...] [207] […].

Εκτίμηση της Επιτροπής επί των προεκτεθεισών οικονομικών αναλύσεων

178 Στο σημείο αυτό αξιολογείται συνοπτικά η οικονομική ανάλυση που υποβλήθηκε για λογαριασμό της ΑΖ στο πλαίσιο του προσδιορισμού της σχετικής προϊοντικής αγοράς, καθώς αυτή χρησιμοποιείται ως επιχείρημα για την αμφισβήτηση της αντίστοιχης οριοθέτησης στην παρούσα υπόθεση. Και τούτο, για την πληρέστερη εξέταση της υπόθεσης, ανεξαρτήτως του ότι τα ευρήματα της ως άνω οικονομικής ανάλυσης δεν επαρκούν, όπως προαναφέρθηκε, για να στοιχειοθετηθεί η προτεινόμενη από την ΑΖ σχετική αγορά προϊόντων, σύμφωνα με την οποία τουλάχιστον τα προϊόντα μπίρας και άλλων αλκοολούχων ποτών (κρασί, ούζο, RTD, λοιπά αλκοολούχα ποτά) ανήκουν στην ίδια αγορά, ούτε και είναι ικανά να μεταβάλλουν εν προκειμένω την προαναφερθείσα κρίση της Επιτροπής επί του ορισμού της σχετικής αγοράς.

179 Ειδικότερα, και πέρα από τις επισημάνσεις της καταγγέλλουσας σχετικά με την απουσία ανάλυσης κρίσιμης απώλειας και του ενδεχόμενου επηρεασμού των αποτελεσμάτων λόγω του φαινομένου της «πλάνης του σελοφάν» στο πλαίσιο των οικονομετρικών εκτιμήσεων της Οικονομικής Ανάλυσης της ΑΖ, κατά την κρίση της Επιτροπής στην εν λόγω ανάλυση ενυπάρχουν μια σειρά από μεθοδολογικές παραλείψεις και αδυναμίες οι οποίες καθιστούν βασικές διαπιστώσεις της ασθενείς ή/και μη αξιόπιστες.

---

[204] Βλ. π.χ. παράγραφος 1.2, *The role of market definition in monopoly and dominance inquiries*, Office of Fair Trading, Ιούλιος 2001.

[205] Παράγραφοι 2.9-2.31, *The role of market definition in monopoly and dominance inquiries*, Office of Fair Trading, Ιούλιος 2001.

[206] Η πλάνη του σελοφάν δεν θα διαφοροποιούσε τα συμπεράσματα της ανωτέρω ανάλυσης κρίσιμης απώλειας, καθώς υποδεικνύει ότι οι ορθές ελαστικότητες είναι χαμηλότερες από αυτές που υπολογίζει η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ και κατά συνέπεια είναι ακόμα πιο πιθανό να είναι κάτωτερες των κρίσιμων ελαστικοτήτων.

[207] [...].

180 Καταρχήν επισημαίνεται ότι αναφορικά με τους αναγκαίους διαγνωστικούς ελέγχους που προβλέπονται από την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία σχετικά με ενδεχόμενη παραβίαση των υποθέσεων του γραμμικού υποδείγματος με το οποίο εκτιμώνται οι συντελεστές του Πίνακα 1.3 της Οικονομικής Ανάλυσης της ΑΖ και όπως προέκυψε από την πραγματοποίηση των σχετικών διαγνωστικών ελέγχων εκ μέρους της Υπηρεσίας, τα κατάλοιπα όλων των παλινδρομήσεων του εν λόγω Πίνακα εμφανίζουν αυτοσυσχέτιση[208]. Ως εκ τούτου, οι εκτιμήσεις των συντελεστών του ως άνω Πίνακα οι οποίοι χρησιμοποιούνται από την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ για τον προσδιορισμό της σχετικής προϊοντικής αγοράς δεν είναι αξιόπιστες και συνεπείς, καθώς η ακαδημαϊκή βιβλιογραφία ορίζει ότι οι στατιστικές ελέγχου σε περίπτωση που υπάρχει αυτοσυσχέτιση στα κατάλοιπα δεν παράγουν αξιόπιστα αποτελέσματα.

181 Περαιτέρω και αναφορικά με τα μηνιαία δεδομένα πωλήσεων και μέσων τιμών που χρησιμοποιήθηκαν για τις εκτιμήσεις των υποδειγμάτων στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σημειώνεται ότι όπως προκύπτει από την απλή μελέτη των διαχρονικών μεταβολών των τιμών των παρατηρήσεων διαπιστώνεται ότι αυτές παραμένουν σταθερές μεταξύ των μηνών για κάθε έτος της εξεταζόμενης περιόδου. Η σταθερή μηνιαία μεταβολή των τιμών των παρατηρήσεων καταδεικνύει ότι δεν ελήφθησαν υπόψη πραγματικά μηνιαία στοιχεία, καθώς εάν είχαν ληφθεί τέτοια θα αποτυπώνονταν η διακύμανση της αξίας πωλήσεων η οποία μάλιστα στην περίπτωση της μπίρας θα ενσωμάτωνε και την εποχικότητα του προϊόντος. Ως εκ τούτου, η ως άνω διαπίστωση αποτυπώνει μία εικόνα κατά την οποία τα ετήσια δεδομένα φαίνεται να έχουν μετατραπεί σε μηνιαία με απλή διαίρεση με τον αριθμό των 12 μηνών του έτους. Ενδεικτικά στον ακόλουθο πίνακα παρατίθενται οι μηνιαίες πωλήσεις και μέσες τιμές μπίρας καθώς και οι αντίστοιχες μεταβολές αυτών για το έτος 2005:

α/α	**Μήνας**	**Πωλήσεις Μπίρας (σε ευρώ)**	**Μηνιαία Μεταβολή Πωλήσεων Μπίρας**	**Μέση Τιμή Μπίρας**	**Μηνιαία Μεταβολή Μέσης Τιμής Μπίρας**
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

208 Με βάση και τα αποτελέσματα του διαγωνιστικού ελέγχου Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test.

182 Από τη μελέτη του ανωτέρω πίνακα συνάγεται ότι οι πωλήσεις μπίρας εμφανίζονται να αυξάνονται κάθε μήνα κατά το σταθερό ποσό των […] ευρώ το οποίο υποδηλώνει αφενός ότι η μηνιαία μεταβολή έχει προκύψει από την ισοκατανομή της ετήσιας μεταβολής στους μήνες του έτους [[…]] και αφετέρου ότι υπάρχει μεροληψία (bias) στην επιλογή τους καθώς δεν υπάρχει τυχαία μεταβολή μεταξύ των μηνών αλλά σταθερή μεταβολή η οποία υιοθετήθηκε (πιθανότατα λόγω απουσίας παρατηρήσεων σε μηνιαία βάση). Άλλωστε, οι τιμές των πωλήσεων μπίρας για τα έτη 2005, 2006 και 2007 συγκρινόμενες με τα αντίστοιχα ετήσια μεγέθη της μελλοντικής αγοράς που περιλαμβάνονται σε μελέτη της […][209] καθιστούν πρόδηλο ότι πρόκειται για ετήσια παρά για μηνιαία ποσά.

183 Ακολούθως παρατίθεται η διαγραμματική απεικόνιση των μεταβολών των μηνιαίων μεγεθών πωλήσεων και μέσων τιμών των εξεταζόμενων προϊόντων τα οποία χρησιμοποιήθηκαν ως παρατηρήσεις για την εκτίμηση των υποδειγμάτων από την οποία προκύπτει η σταθερή μεταβολή των τιμών των αντίστοιχων παρατηρήσεων στη διάρκεια έκαστου εκ των εξεταζόμενων ετών:

Διάγραμμα V.5$^{\alpha}$

[…]

Διάγραμμα V.5$^{\beta}$

[…]

Ως εκ τούτου, το δείγμα των παρατηρήσεων το οποίο χρησιμοποιήθηκε για τους σκοπούς της εκτίμησης των υποδειγμάτων που περιλαμβάνονται στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ βάσει των οποίων εξήχθησαν συμπεράσματα αναφορικά με τον ορισμό της προϊοντικής αγοράς δεν δύναται να θεωρηθεί αξιόπιστο. Συνεπώς τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων που πραγματοποιήθηκαν για τον προσδιορισμό των σταυροειδών ελαστικοτήτων στο πλαίσιο της αγοράς μελλοντικής κατανάλωσης ζύθου δεν μπορούν να ληφθούν υπόψη.

184 Λαμβανομένων υπόψη συνολικά των ανωτέρω στοιχείων που παρατίθενται στην παρούσα ενότητα, οι ισχυρισμοί της ΑΖ περί ευρύτερης οριοθέτησης της σχετικής αγοράς προϊόντων είναι απορριπτέοι ως ουσία αβάσιμοι.

V.3.3. Σχετική γεωγραφική αγορά

185 Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή όπου οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις συμμετέχουν στην προμήθεια προϊόντων ή υπηρεσιών και οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς και η οποία μπορεί να διακριθεί από γειτονικές κυρίως περιοχές, διότι στις εν λόγω περιοχές οι όροι του ανταγωνισμού διαφέρουν σημαντικά[210].

186 Στην υπό κρίση υπόθεση ως σχετική γεωγραφική αγορά δύναται να θεωρηθεί το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, όπου δραστηριοποιείται, τόσο η καταγγελλόμενη όσο και η καταγγέλλουσα, και όπου εμφανίζονται γενικά ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Η εν λόγω οριοθέτηση της σχετικής

---

[209] Πρόκειται για έρευνα αγοράς που […].

[210] Ανακοίνωση της Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού, ό.π., σημ. 8.

γεωγραφικής αγοράς δεν αμφισβητείται από την ΑΖ.

187 Σύμφωνα με τη νομολογία των ενωσιακών δικαστηρίων[211] και την πάγια νομολογιακή πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής[212] η σχετική γεωγραφική αγορά εν προκειμένω οριοθετείται σε εθνικό επίπεδο. Παράγοντες που οδηγούν και εν προκειμένω στην ως άνω οριοθέτηση και στο συμπέρασμα ότι οι όροι του ανταγωνισμού είναι επαρκώς ομοιογενείς σε εθνικό επίπεδο και μπορεί να διακριθεί από τα γειτονικά κράτη είναι, μεταξύ άλλων, οι διαφορές στις προτιμήσεις και στις συνήθειες των καταναλωτών ανά κράτος-μέλος, το γεγονός ότι τα εμπορικά σήματα έχουν γενικά διακριτό εθνικό χαρακτήρα, η σε εθνικό επίπεδο οργάνωση των δικτύων διανομής και οι διαφορές στη νομοθεσία και στο κανονιστικό πλαίσιο εν γένει των κρατών-μελών[213]. Περαιτέρω, εν γένει, από τα στοιχεία του φακέλου, προκύπτουν διαφοροποιημένες τάσεις στην κατανάλωση από χώρα σε χώρα και διαφορετικά μερίδια αγοράς, αποκλίσεις στις καταναλωτικές προτιμήσεις και διαφορές στις τιμές ενώ οι συμβάσεις προμήθειας μπίρας συνάπτονται σε εθνικό επίπεδο.

188 Ως εκ των ανωτέρω, ως σχετική γεωγραφική αγορά ορίζεται στην προκείμενη υπόθεση το σύνολο της ελληνικής επικράτειας.

V.4. Δομή και μερίδια αγοράς

V.4.1. Εγχώρια αγορά μπίρας

189 Η διαχρονική εξέλιξη της εγχώριας κατανάλωσης μπίρας[214] βάσει μελετών των εταιριών ICAP[215] και CANADEAN[216] παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα:

Διάγραμμα V.6

[211] Απόφαση του ΔΕΕ της 28.2.1991 στην υπόθεση C-234/89 Στέργιος Δηλιμίτης και Henninger Bräu AG Συλλ. [1991] I-935, σκ. 18.

[212] Βλ. Σχετικά υποθέσεις COMP/M. 2044-Interbrew/Bass παρ. 38, IV/37.614/F3 PO/Interbrew και Alken-Maes, παρ. 301, COMP/M. 2152-Scottish & Newcastle/JV/Centralcer παρ. 13, COMP/M.2387-Heineken/Bayerische Brauholding/JV παρ. 12, COMP/M.1925-Scottish & Newcastle/Groupe Danone παρ. 13, COMP/M.2740- Scottish & Newcastle/Hartwall, παρ. 11, COMP/M.3195-Heineken/BBAG, παρ. 9, COMP/M.4952-Carlsberg/Scottish & Newcastle Assets, παρ. 15, COMP/M.4999-Heineken/ Scottish & Newcastle Assets, παρ. 15, COMP/M.6587-Molson Coors/Starbev, παρ. 10, IV/35.079/F3-Whitbread, παρ. 98, IV/36.081/F3-Bass, παρ. 115, IV/35.992/F3-Scottish and Newcastle, παρ. 85, IV/36.456/F3-Inntrepreneur και IV/36.492/F3-Spring παρ. 43.

[213] Βλ. σχετικά απόφαση της Επιτροπής της 29.9.2004 στην υπόθεση COMP/C.37.750/B2-Brasseries Kronenbourg, Brasseries Heineken, παρ. 58.

[214] Το μέγεθος της εγχώριας κατανάλωσης μπίρας ορίζεται ως το άθροισμα της εγχώριας παραγόμενης ποσότητας και του εισαγόμενου όγκου μπίρας μειωμένο κατά το αντίστοιχο μέγεθος των εξαγωγών. Όπως επισημαίνεται από την ICAP πρόκειται για τη **φαινομενική κατανάλωση μπίρας** η οποία διαφέρει της πραγματικής καθότι εμπεριέχει και τα αποθέματα. Ως εκ τούτου η εταιρία εκτιμά ότι η πραγματική εγχώρια διάθεση μπίρας είναι στην ουσία σημαντικά χαμηλότερη. Στον Πίνακα ΙΙΙ.2 του Παραρτήματος Ι παρουσιάζονται τα σχετικά στοιχεία των ως άνω ερευνών αγοράς στα οποία βασίσθηκε η εξαγωγή του ως άνω διαγράμματος.

[215] Βλ. κλαδικές μελέτες της ICAP για τη ζυθοποιία Ιουνίου 2007, Μαΐου 2009 και Απριλίου 2011.

[216] Βλ. μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά "The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle", "Beer Service Market Insights 2010 Cycle" και "Beer Service Market Insights 2012 Cycle". Τις εν λόγω μελέτες προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία.

[…]

190 Εξ αυτών προκύπτει ότι η εγχώρια κατανάλωση μπίρας παρουσιάζει σχετικά μικρές διακυμάνσεις κατά την εν λόγω περίοδο, ενώ από το 2009 ακολουθεί πτωτική πορεία. Στα Διαγράμματα κατωτέρω εμφανίζεται η εισαγωγική διείσδυση και εξαγωγική επίδοση των προϊόντων ζύθου κατά την περίοδο των ετών 2001 – 2012 με βάση τις εκτιμήσεις των εταιριών.

Διάγραμμα V.7^{α}

[…]

Διάγραμμα V.7^{β}

[…]

191 Από την ως άνω διαγραμματική απεικόνιση διαφαίνεται μία διαχρονική ανοδική τάση στο μέγεθος των εισαγωγών, ενώ η συνεχής αύξηση των εξαγόμενων ποσοτήτων από το 2004 ανακόπτεται τα έτη 2011 - 2012.

192 Σχετικά, δε, με την επιμέρους επίδοση των δραστηριοποιούμενων στην ελληνική αγορά επιχειρήσεων, στον ακόλουθο Πίνακα ΙΙΙ.3^{α} παρατίθενται τα σχετικά μερίδια αγοράς για την περίοδο των ετών 2001 - 2012, όπως έχουν εκτιμηθεί από την εταιρία ερευνών CANADEAN[217]:

---

[217] Βλ. μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά "The Beer Service Annual Report – 2003 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2005 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle", "Beer Service Market Insights 2010 Cycle" και "Beer Service Market Insights 2012 Cycle". Τις εν λόγω μελέτες προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία. Οι εκτιμήσεις της Canadean για το έτος 2012 καθώς και η πρόβλεψη για το 2013 υποβλήθηκαν στην Ε.Α. από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η καθ' ης υποστηρίζει ότι η μελέτη της Canadean υποτιμά τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών της. Σχετικά δε με το α' εξάμηνο του 2013, [...]. Επισημαίνεται ότι τις εκτιμήσεις της Canadean για το έτος 2012 κοινοποίησε στην Ε.Α. και η […] στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων στην οποία αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συγκέντρωσε κατά το εν λόγω έτος ποσοστό [55-65]% η Μύθος Ζυθοποιία [5-15]%, η […] [5-15]%, η […][0-5]% και οι λοιπές επιχειρήσεις [5-15]%.

Πίνακας ΙΙΙ.3[α]

	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ (ΣΕ %) ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ CANADEAN						
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	**Μύθος Ζυθοποιία**	**Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης**	**Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης**	**Ολυμπιακή Ζυθοποιία**	**Υποσύνολο 5 εταιριών**	**Λοιποί**
ΕΤΟΣ 1998	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 1999	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2000	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2001	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2002	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2003	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2004	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2005	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2006	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2007	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2008	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2009	**[65-75]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%		**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2010	**[65-75]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2011	**[55-65]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2012	**[55-65]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%	**[85-95]%**	[5-15]%
ΕΤΟΣ 2013 (ΕΚΤΙΜΗΣΗ)	**[45-55]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%	**[85-95]%**	[5-15]%

193 Από τα ως άνω στοιχεία προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει από το 1998 το σημαντικά μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, ενώ η δεύτερη μεγαλύτερη επιχείρηση του κλάδου, Μύθος Ζυθοποιία, ακολουθεί με μεγάλη διαφορά[218]. Αναλυτικότερα, κατά την πλειονότητα των υπό εξέταση ετών, το μερίδιο της καθ' ης διαμορφώθηκε σε ιδιαιτέρως υψηλό επίπεδο μεγαλύτερο του [65-75]%, ενώ κατά τα έτη 2010 και 2011 παραμένει υψηλό και ανέρχεται σε [65-75]% και [55-65]%, αντίστοιχα. Η Μύθος Ζυθοποιία ακολουθεί με μεγάλη διαφορά, με μερίδιο αγοράς που κυμαίνεται κοντά στο επίπεδο του [5-15]%, ενώ το 2011 φθάνει το [5-15]% και διαμορφώνεται στο α' εξάμηνο του 2013 στο ύψος του [5-15]%[219],[220].

---

[218] Αναφορικά με τις λοιπές, πλην αυτών που παρατίθενται στον ως άνω Πίνακα, επιχειρήσεις, επισημαίνεται ότι το μερίδιο αγοράς που τους αναλογεί είναι κατά κανόνα μικρότερο του [0-5]%.

[219] Τα στοιχεία της μελέτης βάσει των οποίων εξήχθησαν τα ανωτέρω ποσοστά παρουσιάζονται στον Πίνακα ΙΙΙ.3[β] του Παραρτήματος Ι. Στοιχεία παρατίθενται για τα έτη έως και το 2011, καθώς για το 2012 δεν υπάρχουν σχετικές αναφορές στις διαθέσιμες μελέτες.

[220] Στον Πίνακα ΙΙΙ.3[γ] του Παραρτήματος Ι παρουσιάζονται τα σχετικά μερίδια για τις δύο μεγαλύτερες εταιρίες του

194 Συνολικά με βάση τον ανωτέρω Πίνακα οι πέντε εταιρίες, Αθηναϊκή Ζυθοποιία, Μύθος Ζυθοποιία, Ολυμπιακή Ζυθοποιία, Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης και Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης συγκεντρώνουν αθροιστικά σχεδόν το σύνολο της αγοράς. Όπως φαίνεται και στην ξεχωριστή στήλη του ως άνω Πίνακα με τίτλο «Υποσύνολο 5 εταιριών», το σωρευτικό μερίδιο αγοράς που αντιστοιχεί στις εν λόγω επιχειρήσεις ξεπερνά το ύψος του [85-95]% τα έτη 2001 – 2009, ενώ τα επόμενα έτη υπολείπεται σε μικρό βαθμό του συγκεκριμένου ποσοστού.

195 Από τα σχετικά στοιχεία του όγκου των πωληθέντων προϊόντων και εμπορευμάτων ζύθου και του αντίστοιχου κύκλου εργασιών που πραγματοποίησαν τα έτη 2001 έως και το α’ εξάμηνο του 2013 οι συγκεκριμένες εταιρίες (και αποτυπώνονται στον Πίνακα ΙΙΙ.4^{α} που ακολουθεί, καθώς και στον Πίνακα ΙΙΙ.5^{β} του Παραρτήματος Ι), προκύπτουν σε σχέση με τη συγκριτική δύναμη μεριδίων των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων καθώς και τη διαχρονική τάση αυτών αποτελέσματα συγκλίνοντα με τα ευρήματα της Canadean[221].

Πίνακας ΙΙΙ.4^{α}

` Ημερολογιακό έτος	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	**Μύθος Ζυθοποιία**	**Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης**	**Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης**	**Ολυμπιακή Ζυθοποιία**
2001	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2002	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2003	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2004	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2005	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2006	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2007	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2008	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2009	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2010	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

κλάδου ανά εμπορικό σήμα, όπως εκείνα εκτιμώνται στις μελέτες της Canadean. Βλ. σχετ. τις μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά “The Beer Service Annual Report – 2003 Cycle”, “The Beer Service Annual Report – 2005 Cycle”, “The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle”, “The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle”, “Beer Service Market Insights 2010 Cycle” και “Beer Service Market Insights 2012 Cycle”. Τις εν λόγω μελέτες προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία. Οι εκτιμήσεις της Canadean για το έτος 2012 καθώς και η πρόβλεψη για το 2013 υποβλήθηκαν στην Ε.Α. από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η καθής ανέφερε όμως ότι η μελέτη της Canadean υποτιμά τα μερίδια αγοράς των ανταγωνιστών της.

[221] Τα μεγέθη βάσει των οποίων εξήχθησαν τα ανωτέρω ποσοστά παρουσιάζονται στον Πίνακα ΙΙΙ.4^{β} του Παραρτήματος Ι. Οι εδώ παρατιθέμενες εταιρίες καλύπτουν σχεδόν το σύνολο της αγοράς (περίπου το [85-95]% αυτής).

2011	**[65-75]%**	[15-25]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%
2012	**[55-65]%**	[15-25]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%
α' εξάμηνο 2013	**[55-65]%**	[15-25]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%

196 Τα ποσοστά των μεριδίων αγοράς υπολογίσθηκαν αντιστοίχως και με βάση τα στοιχεία του κύκλου εργασιών που πραγματοποίησαν οι ως άνω εταιρίες κατά το εξεταζόμενο διάστημα ετών[222] με συγκλίνοντα αποτελέσματα. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι κυρίαρχη με σημαντική διαφορά από την αμέσως επόμενη Μύθος Ζυθοποιία[223]. Ωστόσο το επίπεδο των μεριδίων που αντιστοιχούν στην καθ' ης είναι συγκριτικά υψηλότερο με εύρος διαφοράς [...] στα επιμέρους έτη. Περαιτέρω, οι ως άνω πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου παρείχαν εκτιμήσεις αναφορικά με τα μερίδια των δραστηριοποιούμενων στην υπό εξέταση αγορά επιχειρήσεων, από τις οποίες προκύπτει ότι κατά το εξετασθέν διάστημα το σχετικό μέγεθος για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα, ανάλογα με τα ως άνω παρατεθέντα[224,225]. Περαιτέρω, αντίστοιχες εκτιμήσεις μεριδίων παρέχει για τα έτη 2006, 2008 και 2010 η ICAP[226].

197 Τέλος, σε απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής[227] αναφέρεται ότι το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε όγκο πωλήσεων ως προς τη συνολική αγορά ζύθου στην ελληνική επικράτεια διαμορφώθηκε κατά το

---

[222] Τα σχετικά μεγέθη του κύκλου εργασιών και τα υπολογισθέντα μερίδια παρατίθενται στους Πίνακες ΙΙΙ.5[α] και ΙΙΙ.5[β] του Παραρτήματος Ι. Ο κύκλος εργασιών αφορά σε πωλήσεις προϊόντων και εμπορευμάτων ζύθου στην ελληνική επικράτεια και δεν περιλαμβάνει ενδοεταιρικές συναλλαγές.

[223] Επισημαίνεται ότι η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων διευκρινίζει αναφορικά με την πορεία του κύκλου εργασιών της σε αξία και όγκο: *«Επειδή από την καταγγελλόμενη έχει ήδη διατυπωθεί […] ότι αφού η πορεία της Εταιρίας μας από το έτος 2008 και μετά δείχνει ανοδική, αυτό σημαίνει ότι ο "ανταγωνισμός" στη σχετική αγορά λειτουργεί ικανοποιητικά σημειώνουμε τα ακόλουθα επαγόμαστε τα ακόλουθα: Μετά την εξαγορά του ομίλου Scottish & Newcastle στον οποίο ανήκαμε κατά το διάστημα 2004 – 2008 και την ένταξή μας στον Όμιλο Εταιριών Carlsberg στα τέλη του 2008 και ειδικότερα από το έτος 2010 και μετά η Εταιρία μας προέβη σε σημαντικότατες επενδύσεις στην σχετική αγορά […] […] Φαίνεται λοιπόν ότι η αύξηση του κύκλου εργασιών μας ιδίως τα τελευταία δύο έτη είναι ευθέως συνδεδεμένη με τη σημαντική αύξηση των επενδύσεων μας σε όλους τους σχετικούς τομείς και ειδικότερα στη διαφημιστική δαπάνη (αύξηση […]% μεταξύ 2010 και 2011) αλλά κυρίως […] για την ανάπτυξη των πωλήσεών μας ([…]% 2010/2011) ενώ αντίστοιχα αυξήσαμε […] (κυρίως το […] όπου οι περισσότερες εταιρίες […]) κατά ποσοστό […]%. Ας σημειωθεί επιπλέον ότι από 1.1.2011 στο portfolio των προϊόντων μας προστέθηκε η γνωστή μάρκα μπύρας Corona που βοήθησε στην ενίσχυση του κύκλου εργασιών μας. Σε μια αγορά που θα ίσχυαν οι υγιείς κανόνες ανταγωνισμού και θα τηρείτο η κείμενη νομοθεσία θα ήταν αναμενόμενο οι ανωτέρω επενδύσεις να συμβάλλουν σημαντικά στο να επιτευχθούν αντίστοιχα αποτελέσματα και δη περαιτέρω αύξηση του κύκλου εργασιών, υψηλότερα μερίδια αγοράς και καλύτερη κερδοφορία. Η περιορισμένη επίτευξη όμως αυτών των μεγεθών στην προκειμένη περίπτωση (όσο και εάν υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που συμβάλλουν σε αυτό) υποδεικνύει ότι υφίστανται σοβαρές στρεβλώσεις στην αγορά που δεν επιτρέπουν την ανάπτυξη των πωλήσεων ανταγωνιστών της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση σε αυτήν […]».*

[224] Αναλυτικά οι εκτιμήσεις των εταιριών αποτυπώνονται στον Πίνακα ΙΙΙ.6 του Παραρτήματος Ι. Ο […] σε ένορκη κατάθεσή του της […] 2012 […] […], που υπέβαλε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει ότι: *«Η ελληνική αγορά της μπύρας την τελευταία εικοσαετία διακρίνεται από την ολοκληρωτική παντοκρατορία μιας εταιρίας και ειδικότερα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ Α.Ε. που κατέχει σταθερά τουλάχιστον από τη δεκαετία του 90 και μέχρι σήμερα μερίδιο αγοράς που έως πρόσφατα έφτανε στο [75-85]% και μόλις τελευταία έχει περιοριστεί σε ποσοστά της τάξεως του [65-75]%-[65-75]%».*

[225] Στον Πίνακα ΙΙΙ.7 του ιδίου Παραρτήματος παρατίθενται και οι εκτιμήσεις μεριδίου αγοράς της ίδιας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ανά εμπορικό της σήμα.

[226] Πίνακας ΙΙΙ.8 του Παραρτήματος Ι. Στοιχεία από τις προπαρατεθείσες κλαδικές μελέτες της ICAP για τη ζυθοποιία 2007, 2009 και 2011.

[227] Απόφαση COMP/M.4999-HEINEKEN/SCOTTISH & NEWCASTLE ASSETS, παρ. 16.

έτος 2006 στο [75-85]%. Σε άλλη απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής του 2003, το μερίδιο του Ομίλου Heineken στην ελληνική αγορά κρίνεται ως σημαντικό, ενώ το ύψος του υπολογίζεται σε φάσμα μεταξύ [75-85]%-[85-95]%[228].

V.4.2. Αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας

198 Όπως ήδη έχει επισημανθεί, η αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας ή η λεγόμενη «κρύα» αγορά περιλαμβάνει τη διάθεση μπίρας μέσω επιχειρήσεων – τελικών σημείων επιτόπιας κατανάλωσης, όπως εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καφετέριες-μπαρ και ξενοδοχεία. Στοιχεία[229] περί του συνολικού όγκου της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας παρέχονται στις μελέτες της Canadean[230]. Από την εξέταση αυτών προκύπτει ότι το μέγεθος της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας ακολουθεί πτωτική πορεία κατά τα τελευταία έτη συμβαδίζοντας με τη γενικότερη τάση συρρίκνωσης της ευρύτερης αγοράς επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης.

199 Σύμφωνα με την Canadean, η αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας αποτελούσε το [65-75]% της συνολικής αγοράς κατά τα έτη 1998 – 2002, ενώ ακολουθώντας ήπια πτωτική πορεία έφθασε το [55-65]% κατά τα έτη 2006 – 2007, και το [55-65]% το έτος 2011. Την εκτίμηση του συγκεκριμένου ποσοστού στο επίπεδο του [55-65]% για το 2012 αποδέχονται η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, καθώς και οι εταιρίες Μύθος Ζυθοποιία και […]. Η εκτίμηση της […] κατατείνει σε ελαφρώς μεγαλύτερο ποσοστό ύψους [55-65]%, ενώ η […] κρίνει ότι το [55-65]% του προηγούμενου έτους εξακολουθεί να είναι αντιπροσωπευτικό. Αναφορικά δε με το πρώτο εξάμηνο του 2013, η εκτίμηση των εταιριών Αθηναϊκή Ζυθοποιία, […] συμπίπτει στο επίπεδο του [55-65]%, ενώ η Μύθος Ζυθοποιία εκτιμά [45-55]% [231].

200 Όπως προαναφέρθηκε, η Ε.Α. συνέλεξε σχετικά στοιχεία ποσότητας και αξίας πωλήσεων για τις μεγαλύτερες εκ του συνόλου των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων στην αγορά. Ο Πίνακας ΙΙΙ.10[α] του Παραρτήματος Ι παραθέτει τον όγκο πωλήσεων που εκτιμούν ότι πραγματοποίησαν οι ως άνω επιχειρήσεις στην εγχώρια αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Το ποσοστό που εκτιμήθηκε ότι καταλαμβάνει η εν λόγω αγορά επί της συνολικής, δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις από τα ευρήματα της Canadean και τις απόψεις των ιδίων των ερωτηθεισών επιχειρήσεων.

---

[228] Απόφαση COMP/M.3195-Heineken/BBAG, παρ. 18. Συγκεκριμένα στην απόφαση αναφέρεται: *«[i]n Greece, Heineken has a significant market position, currently amounting to approximately [80-90]% of the market. However, BBAG's sales in Greece are minimal and account for less than [1]%»*.

[229] Βλ. σχετ. Πίνακα ΙΙΙ.9 του Παραρτήματος Ι, ενώ στο Διάγραμμα ΙΙΙ.8 του Παραρτήματος Ι.

[230] Βλ. σχετ. τις μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά "The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle", "Beer Service Market Insights 2010 Cycle" και "Beer Service Market Insights 2012 Cycle", τις οποίες προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία.

[231] Για τα προγενέστερα του 2012 έτη, η […], καθώς και […] (για τα έτη 2006-2011) βασίζουν τις παρατεθείσες εκτιμήσεις τους σχετικά με την αναλογία της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας επί της συνολικής σε σχετικές μελέτες της […]. Η […] έλαβε υπόψη εκτός από τα ευρήματα της […] και στοιχεία της εταιρίας ερευνών […] τα οποία αφορούν στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας, καθώς και δική της πληροφόρηση. Η ποσοστιαία αναλογία όμως που καταλήγει δεν διαφέρει από τις αντίστοιχες των ανωτέρω εταιριών πλην κάποιων ετών στα οποία η απόκλιση είναι της τάξεως του ±1%. Αναφορικά με τις εκτιμήσεις της […], πηγή πληροφόρησης υπήρξαν στοιχεία από έρευνες αγοράς των εταιριών […] και από δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία των δραστηριοποιούμενων στην αγορά επιχειρήσεων, καθώς και από γενικότερη πληροφόρηση σχετικά με την αγορά. Σημειώνεται ότι η εταιρία παραθέτει στοιχεία από το 2010 για το οποίο υπολογίζει ως ποσοστιαία αναλογία της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης ποσοστό ύψους [...]%, έναντι της εκτίμησης [...]% εκ μέρους των υπόλοιπων επιχειρήσεων, ενώ για το 2011 η εταιρία κρίνει ότι η αναλογία παρέμεινε στο [...]%.

201 Με βάση τα στοιχεία του Πίνακα ΙΙΙ.10^{α} καταρτίστηκε ο ακόλουθος Πίνακας ΙΙΙ.10^{β} ο οποίος εμφανίζει τα ποσοστά των μεριδίων αγοράς που προέκυψαν για τις σημαντικότερες εταιρίες του κλάδου.

Πίνακας ΙΙΙ.10^{β}

Ημερολογιακό έτος	**ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ**				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	**Μύθος Ζυθοποιία**	**Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης**	**Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης**	**Ολυμπιακή Ζυθοποιία**
2001	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2002	**[75-85]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2003	**[75-85]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2004	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2005	**[75-85]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2006	**[75-85]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2007	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2008	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2009	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2010	**[75-85]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2011	**[65-75]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%
2012	**[55-65]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%
α' εξάμηνο 2013	**[55-65]%**	[15-25]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%

202 Από την εξέταση του στοιχείων του ανωτέρω Πίνακα προκύπτει, όπως και στην περίπτωση της συνολικής εγχώριας αγοράς, ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει το υψηλότερο μερίδιο αγοράς με σημαντική διαφορά από τον επόμενο ανταγωνιστή της, τη Μύθος Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, το ποσοστό της καθ' ης διαμορφώνεται από το 2001[232] έως και το 2009 σε ποσοστό ανώτερο ή σχεδόν ίσο του [75-85]%, ενώ τα επόμενα έτη ακολουθεί πτωτική πορεία, χωρίς ωστόσο να χάνει τη συγκριτική της δύναμη, και ανέρχεται το α΄ εξάμηνο του 2013 στο [55-65]%. Οι δε τρεις μικρότερες ζυθοποιίες, δηλαδή η Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης και η Ολυμπιακή

[232] Η ως άνω εικόνα των συγκριτικών μεριδίων των σημαντικότερων παικτών της αγοράς, δεν αναμένεται να είναι διαφοροποιημένη κατά τα έτη 1998 – 2000 λόγω, μεταξύ άλλων, της σταθερής αναλογίας μεταξύ του μεγέθους της αγοράς επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας και της σταθερότητας, διαχρονικά, των μεριδίων, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της CANADEAN οι οποίες παρουσιάζονται στον Πίνακα ΙΙΙ.9 του Παραρτήματος Ι. Ως εκ τούτου, το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εκτιμάται ότι υπήρξε εγγύς ή άνω του [75-85]% κατά την ως άνω τριετία και στις δύο επιμέρους αγορές (πρβλ. και Πίνακες ΙΙΙ.3^{α}, ΙΙΙ.10^{β} και ΙΙΙ.12^{β}). Το ίδιο ισχύει και σε σχέση με τα μερίδια στο χονδρεμπορικό κανάλι διάθεσης, τα οποία αναλύονται στη συνέχεια (πρβλ. Πίνακα ΙΙΙ.15^{β}).

Ζυθοποιία συγκεντρώνουν σωρευτικό μερίδιο μικρότερο του [0-5]% για τα έτη έως και το 2009. Από το 2010 έως και το α' εξάμηνο του 2013 το εν λόγω αθροιστικό μερίδιο αυξάνεται (λόγω και του επαναλανσαρίσματος του εμπορικού σήματος της μπίρας «FIX» από την Ολυμπιακή Ζυθοποιία).

203 Η εξαγωγή των εν λόγω μεριδίων με βάση την αξία του κύκλου εργασιών εκάστης εκ των ως άνω επιχειρήσεων στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας για την υπό εξέταση περίοδο καταλήγει σε αντίστοιχα αποτελέσματα. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει έως και το 2010 μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του [75-85]%, ενώ τα επόμενα έτη παρ' ότι ενισχύεται η θέση τη Μύθος Ζυθοποιίας και της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, το μερίδιο της καθ' ης παραμένει υψηλό και ανέρχεται το α' εξάμηνο του 2013 στο [55-65]%.[233]. Σημειώνεται ότι, όπως και στην περίπτωση της συνολικής εγχώριας αγοράς ζύθου, το ύψος του μεριδίου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εμφανίζεται μεγαλύτερο σε σχέση με τις αντίστοιχες εκτιμήσεις βάσει όγκου πωλήσεων, με εύρος διαφοράς [...].

V.4.3. Αγορά μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας

204 Όπως προκύπτει από τον Πίνακα ΙΙΙ.9 του Παραρτήματος Ι, η αγορά μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας κερδίζει έδαφος έναντι της επιτόπιας κατανάλωσης, γεγονός που αποδίδεται στη μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω της δεινής οικονομικής συγκυρίας. Σε κάθε περίπτωση, η ποσοστιαία συμμετοχή της μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας στο συνολικό μέγεθος της εγχώριας αγοράς είναι κατά πολύ μικρότερη της επιτόπιας. Συγκεκριμένα, η αναλογία της λεγόμενης «ζεστής» αγοράς από το επίπεδο του [25-35]% το 1998 φθάνει το [35-45]% το 2011. Η εκτίμηση της Canadean για το αντίστοιχο ποσοστό του 2012 είναι [35-45]% ενώ η αντίστοιχη πρόβλεψη για το 2013 φθάνει σχεδόν το [35-45]%.

205 Το ποσοστό που καταλαμβάνει η εν λόγω αγορά επί της συνολικής δεν παρουσιάζει σημαντικές αποκλίσεις κατά τη σύγκριση των ευρημάτων της Canadean με τις απόψεις των ιδίων των ερωτηθεισών επιχειρήσεων. Ο Πίνακας ΙΙΙ.12$^{\beta}$ που ακολουθεί εμφανίζει τα ποσοστά των μεριδίων αγοράς που προέκυψαν με βάση τα ως άνω σχετικά μεγέθη[234].

Πίνακας ΙΙΙ.12$^{\beta}$

Ημερολογιακό έτος	**ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΟΓΚΟ ΤΩΝ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ**				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	**Μύθος Ζυθοποιία**	**Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης**	**Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης**	**Ολυμπιακή Ζυθοποιία**
2001	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2002	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%

[233] Αναλυτικότερα τα σχετικά στοιχεία παρατίθενται στους Πίνακες ΙΙΙ.11$^{\alpha}$ και ΙΙΙ.11$^{\beta}$ του Παραρτήματος Ι.
[234] Στον Πίνακα ΙΙΙ.12$^{\alpha}$ του Παραρτήματος Ι παρατίθενται τα σχετικά στοιχεία όγκου πωλήσεων με βάση τις εκτιμήσεις των εν λόγω δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης ζύθου.

2003	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2004	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2005	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	**Μ/Δ**
2006	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	**Μ/Δ**
2007	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	**Μ/Δ**
2008	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	**Μ/Δ**
2009	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[0-5]%
2010	**[65-75]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[0-5]%
2011	**[65-75]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%
2012	**[55-65]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[5-15]%
α' εξάμηνο 2013	**[55-65]%**	[5-15]%	[0-5]%	[5-15]%	[15-25]%

206 Από τα στοιχεία του Πίνακα ανωτέρω καθίσταται εμφανές ότι η εικόνα της αγοράς δεν διαφοροποιείται σε σχέση με την αντίστοιχη της συνολικής αλλά και της επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει με διαφορά το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς το οποίο είναι ανώτερο του [75-85]% κατά την περίοδο των ετών 2001 – 2008, ενώ τα έτη που ακολουθούν εμφανίζει πτωτική πορεία χωρίς όμως να ανατρέπεται η κυριαρχία της. Κατά το α' εξάμηνο του 2013 στο οποίο το μερίδιό της εκτιμάται σε επίπεδο [55-65]%, η Ολυμπιακή Ζυθοποιία και η Μύθος Ζυθοποιία ακολουθούν με μεγάλη διαφορά καθώς τα δικά τους ποσοστά κυμαίνονται στο ύψος του [5-15]% και [5-15]%, αντίστοιχα.

207 Αντίστοιχα αποτελέσματα προκύπτουν και από την εξέταση των εν λόγω μεριδίων με βάση την αξία του πραγματοποιηθέντος κύκλου εργασιών εκάστης εκ των ως άνω επιχειρήσεων στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει έως και το 2009 μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του [75-85]%, ενώ τα επόμενα έτη ακολουθεί πτωτική πορεία καταλήγοντας στο επίπεδο του [55-65]%, περίπου, κατά το α' εξάμηνο του 2013, ενώ στις επόμενες θέσεις ακολουθούν η Ολυμπιακή Ζυθοποιία και η Μύθος Ζυθοποιία με μερίδια ύψους [15-25]% και [5-15]%, αντίστοιχα. Αναλυτικότερα τα σχετικά στοιχεία παρατίθενται στους Πίνακες ΙΙΙ.13^{α} και ΙΙΙ.13^{β} του Παραρτήματος Ι. Όπως και στην περίπτωση της συνολικής και της επιτόπιας αγοράς ζύθου, το ύψος του μεριδίου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εμφανίζεται μεγαλύτερο σε σχέση με τις αντίστοιχες εκτιμήσεις βάσει όγκου πωλήσεων, με εύρος διαφοράς [...].

208 Η εταιρία [...], σε έρευνα αγοράς που έχει διεξάγει στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας[235] (στην οποία περιλαμβάνονται τόσο οι αλυσίδες super market όσο και τα μικρότερα παντοπωλεία), έχει επίσης καταλήξει σε παρόμοια κατανομή των σχετικών δυνάμεων της αγοράς. Ωστόσο, κατά την εν λόγω έρευνα, το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ξεκινώντας το 2004 από το [65-75]% περίπου, καταλήγει στο [65-75]% το 2007. Αντίστοιχα το μερίδιο της εταιρίας σε όρους αξίας πωλήσεων παρέμεινε σχεδόν σταθερό, στο επίπεδο του [65-75]%, κατά το ως άνω διάστημα[236].

---

[235] Η εν λόγω μελέτη προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από τη Μύθος.

[236] Στους Πίνακες ΙΙΙ.14^{α} και ΙΙΙ.14^{β} του Παραρτήματος Ι παρατίθενται τα σχετικά ευρήματα της έρευνας σε επίπεδο «ζεστής» αγοράς συνολικά και σε επίπεδο κατηγορίας δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων (hypermarkets, μεγάλα super

V.4.4. Χονδρεμπορική βαθμίδα διανομής

209 Οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή/εισαγωγή προϊόντων ζύθου χρησιμοποιούν το κανάλι των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων προκειμένου να διοχετεύσουν τα προϊόντα τους στην αγορά επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας ανά την ελληνική επικράτεια αντιμετωπίζοντας το ζήτημα της γεωγραφικής διασποράς. Στο πλαίσιο του συγκεκριμένου τρόπου διανομής, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις προμηθεύονται απευθείας από τις εταιρίες ζύθου ποσότητες προϊόντων τις οποίες στη συνέχεια πωλούν σε καταστήματα της γεωγραφικής περιφέρειας στην οποία δραστηριοποιούνται, και λειτουργούν έτσι ως ενδιάμεσοι ανάμεσα στις προμηθεύτριες εταιρίες και τους λιανοπωλητές. Στη δε περίπτωση των τριγωνικών πωλήσεων, η χονδρεμπορική επιχείρηση αναλαμβάνει την αποθήκευση και διανομή των προϊόντων έναντι αμοιβής, η τιμολόγηση όμως των προϊόντων γίνεται απευθείας από τις εταιρίες ζύθου.

210 Συνεπώς, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις λειτουργούν ως διακριτό κανάλι διανομής συμπληρωματικό του ιδίου δικτύου που διαθέτουν οι εταιρίες· ο βαθμός ωστόσο στον οποίο γίνεται χρήση του συγκεκριμένου δικτύου διαφέρει μεταξύ των εταιριών. Τα προπαρατεθέντα Διαγράμματα ΙΙΙ.2^{α} και ΙΙΙ.2^{β} παρουσιάζουν τις ποσοστιαίες αναλογίες των πωλήσεων μπίρας σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις έναντι του συνολικού μεγέθους των πωλήσεων σε όγκο και αξία για τις πέντε μεγαλύτερες εταιρίες του κλάδου, στις οποίες, όπως ήδη έχει αναφερθεί, αντιστοιχεί σωρευτικό μερίδιο αγοράς υψηλότερο του [85-95]% τα έτη 2001 – 2009, ενώ τα επόμενα έτη υπολείπεται σε μικρό βαθμό του συγκεκριμένου ποσοστού[237]. [...].

211 Με βάση τα στοιχεία των πωλήσεων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που περιλαμβάνονται στους ανωτέρω Πίνακες, υπολογίσθηκαν τα ποσοστά που καταλαμβάνουν οι αντίστοιχες πωλήσεις καθεμίας εκ των πέντε εταιριών, τόσο σε όγκο όσο και σε αξία, επί των συνολικών πωλήσεων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που πραγματοποίησε το σύνολο των εταιριών για κάθε έτος της περιόδου 2001 – 2012, καθώς και για το α’ εξάμηνο του 2013.

212 Ο Πίνακας ΙΙΙ.15^{β} που ακολουθεί παρουσιάζει τις ως άνω ποσοστιαίες αναλογίες με βάση τον όγκο πωλήσεων που πραγματοποίησαν οι συγκεκριμένες εταιρίες[238].

Πίνακας ΙΙΙ.15^{β}

Ημερολογιακό έτος	**ΜΕΡΙΔΙΑ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΟΓΚΟ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΕ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	**Μύθος Ζυθοποιία**	**Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης**	**Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης**	**Ολυμπιακή Ζυθοποιία**
2001	**≈[85-95]%**	≈[5-15]%	≈[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**

markets, μικρά super markets, superettes και παραδοσιακά/traditional).

237 Βλ. σχετ. Πίνακα ΙΙΙ.3^{α} .

238 Αναλυτικά τα μεγέθη στα οποία βασίσθηκαν οι υπολογισμοί που περιλαμβάνονται στον εν λόγω Πίνακα εκτίθενται στον Πίνακα ΙΙΙ.15^{α} του Παραρτήματος Ι.

2002	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2003	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2004	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2005	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2006	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2007	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2008	**[85-95]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2009	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	**Μ/Δ**
2010	**[75-85]%**	[5-15]%	[0-5]%	[0-5]%	[0-5]%
2011	**[65-75]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%
2012	**[65-75]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%
α' εξάμηνο 2013	**[55-65]%**	[15-25]%	[0-5]%	[0-5]%	[5-15]%

213 Οι αναλογίες με βάση την αξία του κύκλου εργασιών που πραγματοποίησαν οι συγκεκριμένες εταιρίες σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις δεν διαφοροποιείται (αποκλίσεις [...])[239,240]. Από την εξέταση των ως άνω στοιχείων προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει το υψηλότερο μερίδιο σε πωλήσεις προς χονδρεμπορικές επιχειρήσεις το οποίο μάλιστα είναι ανώτερο του [75-85]% έως το 2010, ενώ βαίνει μειούμενο τα επόμενα έτη φθάνοντας το α' εξάμηνο του 2013 κοντά στο [55-65]%. Σε κάθε περίπτωση, το μερίδιο της καθ' ης υπερκαλύπτει το άθροισμα των μεριδίων των υπόλοιπων τεσσάρων παικτών στο σύνολο των ετών.

214 Το αποτέλεσμα αυτό είναι αναμενόμενο εάν ληφθεί υπόψη το σημαντικότατο μερίδιο που κατέχει η καθ' ης στην εγχώρια αγορά ζύθου σε επίπεδο λιανικής, σε συνδυασμό με το γεγονός [...]. Ως εκ τούτου, το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην εγχώρια αγορά ζύθου σε επίπεδο λιανικής αντανακλά τη θέση της επί του δικτύου διανομής των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

V.4.5. Δομή αγοράς ζύθου

215 Σύμφωνα με κλαδική έρευνα της Canadean, η πλειοψηφία των εταιριών οι οποίες απαρτίζουν τον εξεταζόμενο κλάδο δραστηριοποιείται αποκλειστικά ή κυρίως στον κλάδο της ζυθοποιίας. Χαρακτηριστικό της εγχώριας αγοράς ζύθου αποτελεί ο πολύ υψηλός βαθμός συγκέντρωσης με την εταιρία ΑΖ να καταλαμβάνει, με σημαντική διαφορά, το μεγαλύτερο μέρος της συνολικής κατανάλωσης. Ειδικότερα, κυριότερη παραγωγική εταιρία είναι η καταγγελλόμενη, με εκτιμώμενο

---

[239] [...].

[240] Προεκτέθηκε ότι οι παρατεθείσες εταιρίες δεν αντιπροσωπεύουν το σύνολο των δραστηριοποιούμενων εταιριών στην υπό εξέταση αγορά, συγκεντρώνουν ωστόσο σωρευτικά μερίδιο αγοράς επί της συνολικής εγχώριας αγοράς ζύθου ικανοποιητικό (υψηλότερο ή κοντά στο επίπεδο του [85-95]%), ώστε να οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα. Η έλλειψη διαθέσιμων στοιχείων για την Ολυμπιακή Ζυθοποιία τα έτη 2001 - 2009 δεν επηρεάζει την ανάλυση, δεδομένου ότι στη συγκεκριμένη εταιρία αντιστοιχεί κατά τα ως άνω έτη μερίδιο αγοράς μικρότερο του [0-5]% (βλ. σχετ. Πίνακα ΙΙΙ.3[α]). Όπως εκτίθεται στο οικείο σημείο, η εν λόγω εταιρία προώθησε εκ νέου στην αγορά ζύθου το σήμα «FIX» το 2010, υπό τη νέα διοίκηση, αυξάνοντας τα μερίδιά της.

μερίδιο της τάξης άνω του [65-75]% κατά την διάρκεια πολλών ετών διαχρονικά. Σημειωτέον ότι η θέση της ΑΖ στην ελληνική επικράτεια εμφανίζεται πολύ πιο ισχυρή σε σχέση με την αντίστοιχη θέση θυγατρικών της Heineken σε άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

216 Πληθώρα στοιχείων και ανεξάρτητων μελετών, αλλά και εσωτερικά έγγραφα της ίδιας της καταγγελλόμενης, επιβεβαιώνουν πέραν κάθε αμφισβήτησης τόσο τον υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, όσο και την κυρίαρχη θέση της ΑΖ στην αγορά ζύθου. Με βάση τα σχετικά ευρήματα της έρευνας της ΓΔΑ, κατά την πλειονότητα των υπό εξέταση ετών η εταιρία ΑΖ συγκεντρώνει μερίδια αγοράς σταθερά άνω του [65-75]% στην αγορά ζύθου, ανεξαρτήτως καναλιού διανομής, ενώ σε κάθε περίπτωση το μερίδιό της παραμένει ανώτερο του [45-55]%. Ειδικά στο κανάλι της χονδρεμπορικής διάθεσης το μερίδιο της καταγγελλόμενης εμφανίζεται ακόμη υψηλότερο. Καθ' όλη την εξεταζόμενη περίοδο, το υπόλοιπο της αγοράς καλύπτεται από τέσσερις εταιρίες με υποπολλαπλάσια ποσοστιαία συμμετοχή στις συνολικές πωλήσεις της αγοράς.

217 Τα εν λόγω μερίδια αγοράς της ΑΖ συνάδουν με [...][241], καθώς και με στοιχεία που αποτυπώνονται σε εσωτερικά της έγγραφα[242]. Περαιτέρω, βάσει [...] [243] [...][244].

218 Σημειώνεται πάντως ότι η περαιτέρω διάκριση της αγοράς ανά κανάλι διανομής[245] δεν είναι κρίσιμη για τη στοιχειοθέτηση των παραβάσεων στην κρινόμενη υπόθεση. Και τούτο διότι η καταγγελλόμενη κατέχει ούτως ή άλλως δεσπόζουσα θέση (περί της οποίας βλ. κατωτέρω), ανεξαρτήτως περαιτέρω διάκρισης ανά επίπεδο/κανάλι διανομής[246]. Ακόμη και σε περίπτωση, δηλαδή, που η σχετική αγορά ήθελε ορισθεί ως ενιαία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην ενιαία αυτή αγορά.

V.5. Ανταγωνιστικές συνθήκες – Εμπόδια εισόδου

219 Σύμφωνα με τις επιχειρήσεις του κλάδου παραγωγής και εμπορίας προϊόντων ζύθου, τα πραγματικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν αφορούν κυρίως στο μέγεθος της απαιτούμενης διαφημιστικής δαπάνης, στη δημιουργία ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής αλλά και στη συμπεριφορά ανταγωνιστριών επιχειρήσεων και δη της ηγέτιδος του κλάδου, Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ακολούθως αναλύονται εκτενέστερα τα σχετικά εμπόδια με τα οποία έρχονται αντιμέτωπες οι δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις.

V.5.1. Νομικά εμπόδια εισόδου

---

[241] [...].
[242] Βλ. [...].
[243] Βλ. […].
[244] Βλ. [...].
[245] Βλ. απόφαση ΕΑ 314/V/2006 – συγκέντρωση Δέλτα/Chipita, βάσει της οποίας κρίθηκε ότι η αγορά μπορεί να διακριθεί περαιτέρω ανά κανάλι, με γνώμονα τα δίκτυα διανομής, λόγω των διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού σε καθένα από αυτά. Σύμφωνα με την εν λόγω απόφαση, οι διαφορές συνίστανται, μεταξύ άλλων, στη φύση της κατανάλωσης ως παρορμητικής ή ως αποτέλεσμα σύγκρισης τιμών και ποιότητας, στις διαφορές στο μέγεθος της συσκευασίας ή ακόμη και στην τιμή και στη διαφορετική διαπραγματευτική δύναμη των καταστημάτων σε κάθε κανάλι. Βλ. περαιτέρω απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 ιδίως παρ. 67, 81, 83 επ. 86 επ.
[246] Σύμφωνα με τη νομολογία, η αρχή ανταγωνισμού εκτιμά στο σύνολό τους τις διαπιστώσεις που προκύπτουν από το φάσμα των στοιχείων που έχει στη διάθεσή της, λαμβανομένου υπόψη του όλου οικονομικού πλαισίου. Βλ. Ανακοίνωση της Επιτροπής για τον ορισμό της σχετικής αγοράς (97/C 372/03), σημ. 25.

220 Αναφορικά με το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει την αγορά ζύθου επισημαίνεται ότι σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 3 του ν. 2963/1922 περί τροποποιήσεως διατάξεων των περί φορολογίας του ζύθου νόμων, όπως ισχύει «*Κατασκευή ζύθου εντός του Κράτους επιτρέπεται μόνον κατόπιν ειδικής αδείας του Υπουργείου των Οικονομικών, χορηγουμένης εις τους κεκτημένους ειδικόν εργοστάσιον ζυθοποιίας*». Σύμφωνα δε με την παρ. 1 του άρθρου 3Α[247] του ως άνω νόμου «*Κατόπιν ειδικής άδειας του Υπουργού Οικονομικών επιτρέπεται η παραγωγή ζύθου εντός της χώρας και από εστιατόρια, μπαρ, ταβέρνες, κέντρα διασκέδασης και άλλες ομοειδείς επιχειρήσεις, σε ποσότητα που δεν υπερβαίνει τα 1500 εκατόλιτρα κατ' έτος, με τον όρο ότι το παραγόμενο προϊόν θα διατίθεται χύμα και μόνο για επιτόπια κατανάλωση. Η άδεια αυτή χορηγείται με την προϋπόθεση ότι ο μηχανολογικός εξοπλισμός για την παρασκευή του ζύθου θα είναι εγκαταστημένος στο χώρο καταστήματος και ο ζυθοβραστήρας θα είναι χωρητικότητας τουλάχιστον 10 εκατόλιτρων*». Από τις διατάξεις του ν. 2963/1922, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει καθώς και του σχετικού βασιλικού διατάγματος περί εκτελέσεως των περί φορολογίας του ζύθου νόμων[248] συνάγεται η απαγόρευση παραγωγής ζύθου χωρίς ειδική άδεια του Υπουργείου Οικονομικών που εξαρτάται από την κατοχή ειδικού εργοστασίου ζυθοποιίας, άρα δεν επιτρέπεται η παραγωγή ζύθου από εργοστάσια χυμών, αναψυκτικών και νερού, επιτρέπονται ωστόσο οι μικροζυθοποιίες.

221 Το νομοθετικό αυτό πλαίσιο, ωστόσο, εξειδικεύθηκε με τη θέση σε ισχύ του ν. 4072/2012[249] που παρέσχε το δικαίωμα στα ζυθοποιεία να παράγουν και να εμφιαλώνουν ποτά χωρίς αλκοόλη και να εμφιαλώνουν νερό, εάν διαθέτουν κατάλληλες εγκαταστάσεις. Συγκεκριμένα, για την εμφιάλωση επιτρέπεται υπό προϋποθέσεις να χρησιμοποιείται κοινή γραμμή (βλ. ιδίως παρ. 2 άρθρου 229).

222 Επιπλέον των ανωτέρω, η […] αναφέρεται στους ισχύοντες κανονισμούς διακίνησης προϊόντων μπίρας και αναψυκτικών, που, κατ' αυτήν, τείνουν να ευνοούν επιχειρήσεις με εδραιωμένες εμπορικές συνεργασίες, οι οποίες χρησιμοποιούν για το μεγαλύτερο μέρος της διανομής των προϊόντων τους τα υπάρχοντα πρατήρια ποτών και αναψυκτικών. Η εταιρία επισημαίνει ότι: «*[η] επάνδρωση φορτηγών διανομής με οδηγό, συνοδηγό και βοηθό, καθιστά την πρόσβαση στις εστίες κατανάλωσης με αυτόνομο δίκτυο διανομής ασύμφορη οικονομικά*»[250]. Αναφέρει επίσης ότι: «*η άρνηση του Υπουργείου Οικονομικών να πιστώνει τις ζυθοποιίες με το αναλογούν ύψος του ειδικού φόρου κατανάλωσης στα προϊόντα μπίρας, τα οποία αφού πωληθούν, δεν καταναλώνονται και επιστρέφονται στις ζυθοποιίες και τελικώς καταστρέφονται, δημιουργεί επιπρόσθετη οικονομική επιβάρυνση για τη διείσδυση νέων προϊόντων στην αγορά μπίρας*»[251].

---

[247] Το άρθρο 3Α προστέθηκε με την παρ. 4 του άρθρου 19 του νόμου 2753/1999 (ΦΕΚ 249/τ. Α΄/17.11.1999).
[248] Βλ. σχετικά ΦΕΚ 183/τ. Α΄/30.9.1922.
[249] Νόμος 4072/1012 «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος - Νέα εταιρική μορφή - Σήματα - Μεσίτες Ακινήτων - Ρύθμιση θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 86/τ. Α΄/11.4.2012).
[250] Η εταιρία συνεχίζει: «*[σ]την προκειμένη περίπτωση, οι διατάξεις της εργατικής νομοθεσίας και ο κανονισμός μεταφοράς αγαθών (Ι.Χ. και Δ.Χ.) εφαρμόζεται με μεγάλη αυστηρότητα, όταν πρόκειται για βιομηχανικές εταιρίες σε αντίθεση με την εφαρμογή για τα λοιπά δίκτυα διανομής*».
[251] Σημειώνεται ότι πέρα από τα ως άνω αναφερθέντα εμπόδια, η […] επίσης εκτιμά ότι «*[η] έλλειψη ή η καθυστερημένη παροχή πληροφοριών για τις εξελίξεις στην αγορά μπίρας στην Ελλάδα από την εθνική στατιστική υπηρεσία δυσχεραίνει τον ανταγωνισμό στον κλάδο. Ταυτόχρονα, ευνοεί τις επιχειρήσεις που έχουν μεγάλα μερίδια αγοράς καθώς εκείνες έχουν άμεση γνώση των σχετικών εξελίξεων και τάσεων και είναι σχετικά εφικτό να υπολογίσουν τα μικρά μερίδια των ανταγωνιστών των, σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις με μικρά μερίδια αγοράς και τις νεοεισερχόμενες που δεν δύνανται να διακρίνουν τις σχετικές επιχειρηματικές ευκαιρίες και τις τάσεις στη ζήτηση της μπίρας*».

V.5.2. Πραγματικά εμπόδια εισόδου

V.5.2.1. Διαφημιστική δαπάνη

223 Σύμφωνα με τα συμπεράσματα μελετών της ICAP[252], η διάρθρωση της αγοράς και οι συνθήκες που τη διέπουν απαιτούν εκ μέρους των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων τη διάθεση υψηλών κονδυλίων για τη διαφημιστική προβολή των προϊόντων που προσφέρουν ώστε να καθιερώσουν νέα εμπορικά σήματα στην αγορά και να διατηρήσουν ή να ενισχύσουν τη θέση τους σε αυτή. Οι εταιρίες προβαίνουν στην υλοποίηση διάφορων προωθητικών ενεργειών (ποσοτικές προσφορές και εκπτώσεις), διαδικασία που περιλαμβάνει και σημαντικές παροχές, τόσο προς τους λιανέμπορους (για την «είσοδο» και την καλύτερη δυνατή τοποθέτηση των προϊόντων τους σε όλο και περισσότερα σημεία λιανικής πώλησης) όσο και στους χονδρέμπορους – διανομείς που εφοδιάζουν μεγάλο αριθμό σημείων, ιδιαίτερα της «κρύας» αγοράς.

224 Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, «η διαφημιστική δαπάνη αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην αύξηση και διατήρηση του μεριδίου αγοράς». Κατά τη Μύθος Ζυθοποιία όμως, αυτό «οφείλεται εν πολλοίς και στη συμπεριφορά της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ που έχει τη δεσπόζουσα θέση στην αγορά και δαπανώντας μεγάλα ποσά στη διαφήμιση οδηγεί τον καταναλωτή προς τα εκεί»[253]. Σύμφωνα επίσης με τον […][254], «η επιλογή της [ΣτΣ ενν. της μπίρας] στηρίζεται, κατά κύριο λόγο στην εικόνα, και στη διαθεσιμότητα (τι υπάρχει στο σημείο πώλησης), παρά στη γεύση. Ο καταναλωτής διαλέγει τη μπίρα από την εμφάνιση του προϊόντος και τη διαφήμισή της, ανάμεσα στα προϊόντα τα οποία διαθέτει ένα σημείο τελικής πώλησης».

225 Αντιστοίχως, η […][255] τονίζει τη σημασία της διαφημιστικής δαπάνης κυρίως για τα καταστήματα της επιτόπιας κατανάλωσης επισημαίνοντας: *«[ε]ίναι δύσκολο [...] να πείσεις το τελικό σημείο να σε βάλει στην επιχείρηση και στην αρχή χρειάζεται να προβείς σε διαφημιστικές ενέργειες μεγάλες και ακριβές για να αυξήσεις την αριθμητική σου διανομή. Όμως, αν έχεις σωστό προϊόν, ποιοτικά και το υποστηρίζεις με ολοκληρωμένες ενέργειες marketing δεν δημιουργεί συνέπειες στην ανάπτυξη»*.

226 […] τονίζει επίσης τη σημασία της διαφημιστικής επένδυσης η οποία εξασφαλίζει την ευκολότερη πρόσβαση τόσο στη «ζεστή» αγορά όσο και στα καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας τα οποία προμηθεύουν κατά κύριο λόγο οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Η εταιρία αναφέρει: *«[ε]ύλογα τα super market αναζητούν προϊόντα που διαφημίζονται στα ΜΜΕ και επομένως ενδιαφέρονται για το μέγεθος του διαφημιστικού προγράμματος που θα δημιουργήσει ζήτηση για τα νέα προϊόντα»*. Αναφορικά με την προσπάθεια διάθεσης των νέων προϊόντων σε σημεία επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας, η εταιρία επισημαίνει: *«[η] εμπορική και οικονομική επιτυχία αυτής της προσπάθειας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από το ύψος και την ευστοχία της σχετικής διαφημιστικής και προωθητικής υποστήριξης στο*

---

[252] Βλ. κλαδικές μελέτες για τη ζυθοποιία Μαΐου 2009 και Απριλίου 2011.
[253] Η εταιρία συμπληρώνει: *«[ε]νδεικτικά αναφέρουμε ότι η διαφημιστική δαπάνη της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ την τελευταία τριετία (μέχρι το Νοέμβριο 2006) ανήλθε συνολικά σε [...] € επί συνολικής διαφημιστικής δαπάνης στην αγορά της μπίρας στην ίδια περίοδο ανερχόμενης σε ποσό [...]€ (δηλαδή με κατά μέσο όρο διαφημιστικό "μερίδιο" [...])»*.
[254] Βλ[…].
[255] Σύμφωνα […].

συνολικό καταναλωτικό κοινό ή στους συγκεκριμένους καταναλωτές στο σημείο πώλησης και από την ανταγωνιστικότητα της προσφοράς της ζυθοποιίας είτε της εμπορικής επιχείρησης, η οποία έχει τον τελικό έλεγχο των νέων εμπορικών σημάτων». Η εταιρία επιπλέον αναφέρει ότι το ύψος των «δαπανών - επενδύσεων» στο marketing είναι πιο δύσκολο να επιτευχθεί για τις μικρότερες εταιρίες του κλάδου: «*[ο]ι "δαπάνες-επενδύσεις" αυτές στο marketing, με τις οποίες καθίστανται τα προϊόντα γνωστά και ευστοχούν να τύχουν της προτίμησης των καταναλωτών είναι -με δεδομένο τα άνισα μερίδια στα οποία κατανέμεται η συνολική αγορά στην Ελλάδα- ιδιαίτερα υψηλές για τις μικρότερες εταιρίες του κλάδου*»[256].

227 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης σημειώνει ότι «[η] διαφήμιση είναι εξαιρετικά σημαντική για τη γνωστοποίηση του εμπορικού σήματος στην αγορά σε αυτόν τον κλάδο. Η διαφήμιση χρησιμοποιείται ευρέως από τις επιχειρήσεις του κλάδου καθώς γνωστοποιεί το προϊόν στους καταναλωτές, επηρεάζει τη ζήτηση του και κατευθύνει σε συγκεκριμένα εμπορικά σήματα. Οι διαφημιστικές καμπάνιες και η εικόνα του εμπορικού σήματος (brand image) αποτελούν σπουδαίους παράγοντες που υποδεικνύουν σημαντική οικονομική ισχύ (π.χ. δαπάνη σημαντικού εισοδήματος)»[257].

228 Στον ακόλουθο Πίνακα III.17 παρουσιάζεται η διαφημιστική δαπάνη για μπίρα ανά μέσο ενημέρωσης για τη χρονική περίοδο 2002 – 2010 όπως εκείνη παρουσιάζεται στις μελέτες της ICAP:

Πίνακας III.17

[...]

229 Από τα στοιχεία του Πίνακα προκύπτει ότι η τηλεόραση συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μερίδιο επί της συνολικής δαπάνης σε διαφήμιση, το συνολικό ποσό της οποίας παρόλο που βαίνει μειούμενο τα τελευταίο χρόνια, συνεχίζει να είναι υψηλό ([...] το έτος 2005).

230 Ο Πίνακας III.18 του Παραρτήματος I παρουσιάζει τα ποσά διαφημιστικής επένδυσης ανά εμπορικό σήμα που έχουν επενδυθεί ανά μέσο ενημέρωσης (τηλεόραση, περιοδικά, εφημερίδες και ραδιόφωνο) για την περίοδο 2005 – 2010, καθώς και τις αναλογίες επί των αντίστοιχων συνολικών μεγεθών (σύμφωνα με στοιχεία της ICAP). Με βάση τα στοιχεία του Πίνακα III.18 προκύπτει ότι το μεγαλύτερο

---

[256] Η εταιρία επίσης εκτιμά: «*[ο]ι επενδύσεις σε νέα σήματα μπίρας τείνουν να φέρουν υψηλό επιχειρηματικό κίνδυνο και μικρή αποτελεσματικότητα. Οι δαπάνες marketing που πραγματοποιήθηκαν στην ελληνική αγορά μπίρας κατά τα προηγούμενα έτη, απέφεραν δυσανάλογα μικρή μόνο αύξηση πωλήσεων στις εταιρίες του κλάδου με μικρό μερίδιο αγοράς. Στην Ελλάδα, η αποτελεσματικότητα των επενδύσεων σε marketing νέων σημάτων μπίρας είναι μικρή και δεν εξαρτάται μόνο από την κρίση και την αποδοχή ή μη των διαφημιζόμενων προϊόντων μπίρας από τους καταναλωτές. Η αποτελεσματικότητα είναι μικρή, γιατί υπάρχει σε σημαντικό βαθμό δυσκολία να επιτευχθεί μεγάλη διανομή στα σημεία κατανάλωσης. Το ελληνικό "νεκροταφείο" διαφόρων σημάτων μπίρας απαριθμεί δεκάδες σημάτων που διαφημίστηκαν αλλά απέτυχαν. Η μετακίνηση του πελάτη/καταναλωτή από τη μπίρα σε άλλο προϊόν που παράγουν/εμπορεύονται ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, στις περιπτώσεις που παρουσιάζονται αυξήσεις στις τιμές είναι ενδεχόμενη σε λίγες εξαιρέσεις, όπως σε ιδιωτικά σήματα που διατίθενται σε super market και σε φθηνά βαρέλια για all inclusive ξενοδοχεία […]*».

[257] Η εταιρία επίσης επισημαίνει: «*[σ]ημειωτέον ότι για το έτος 2010 τα σήματα των δύο πιο δημοφιλών μπιρών στην Ελλάδα ("*[...]*" και "*[...]*") που παράγονται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχουν το* [...]*% και* [...]*%, αντίστοιχα, της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης και παρόμοιες (ή μεγαλύτερες) σημαντικές διαφημιστικές καμπάνες για αυτές τις δύο δημοφιλείς μπίρες έλαβαν χώρα κατά την προηγούμενη δεκαετία (π.χ.* [...]*% και* [...]*%, αντίστοιχα, το έτος 2002 σύμφωνα με την κλαδική μελέτη του ICAP)*».

ετήσιο ποσοστό διαφημιστικής δαπάνης αντιστοιχεί στα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με κορυφαίες τις μπίρες «[…]» και «[…]». Ειδικότερα, εκ του συνόλου των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, τα σήματα «[…]» (συμπεριλαμβανομένων των σημάτων «[…]» και «[…]») και «[…]» συγκεντρώνουν ποσοστό επί της συνολικής ετήσιας διαφημιστικής δαπάνης που ξεπερνά το ύψος του [...] κατά τα έτη 2005 – 2007, ενώ κυμαίνεται στο επίπεδο του [...] για τα δύο επόμενα έτη. Το δε 2010, το ως άνω ποσοστό εκτιμάται κοντά στο ύψος του [...].

V.5.2.2. Δίκτυο Διανομής

231 Η ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού δικτύου διανομής παρέχει τη δυνατότητα πρόσβασης στα εμπορικά δίκτυα που εφοδιάζουν την αγορά (ιδιαίτερα την αγορά επιτόπιας κατανάλωσης) και αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για επιτυχή δραστηριοποίηση μίας εταιρίας στη συγκεκριμένη αγορά. Επιπλέον, σύμφωνα με έρευνα της ICAP, το δίκτυο διανομής αποτελεί σημαντική πηγή πληροφοριών για τις εταιρίες όσον αφορά τις καταναλωτικές προτιμήσεις[258]. Όπως επισημαίνει η ICAP: *«[η] ανάπτυξη του κατάλληλου δικτύου διανομής αποτελεί προϋπόθεση για μια εταιρεία προκειμένου να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά και να διεισδύσει σε νέες αγορές. Το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον δημιουργεί την ανάγκη για συνεχή παρακολούθηση, βελτίωση ή και τροποποίηση των δικτύων διανομής. Παράλληλα, το δίκτυο διανομής αποτελεί σημαντικότατη πηγή πληροφοριών για μια εταιρεία, καθώς της παρέχει τη δυνατότητα να αντλήσει στοιχεία αναφορικά με τον ανταγωνισμό και τις καταναλωτικές προτιμήσεις»*.

232 Η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει στην καταγγελία της ότι: *«πολύ σημαντικό παράγοντα στην Ελλάδα παίζει ο έλεγχος των δικτύων διανομής»*[259], όμως η εγχώρια αγορά ζύθου «διακρίνεται από έντονο έλεγχο των δικτύων διανομής και ειδικότερα του δικτύου των Χονδρεμπόρων από την καταγγελλόμενη»[260]. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την καταγγελία: *«[η] ΑΘΗΝΑΪΚΗ έχοντας τον έλεγχο των δικτύων διανομής και κυρίως των χονδρεμπόρων επιτυγχάνει τη διάθεση της μπίρας στα σημεία μαζικής κατανάλωσης (ταβέρνες, μπαρ, εστιατόρια, κλπ) και στα σημεία της λεγόμενης μικρής ζεστής αγοράς (mini-market, μικρά super market, μπακάλικα, περίπτερα) πάντοτε μέσω του δικτύου των χονδρεμπόρων σημεία τα οποία αποτελούν και το [75-85]% περίπου της κατανάλωσης, κατ' αποκλεισμό των λοιπών ανταγωνιστικών προϊόντων και ιδίως των προϊόντων της Εταιρίας μας. Μέσω των δικτύων ασκεί το μεγαλύτερο κομμάτι της "πίεσης", γεγονός που έχει ήδη στρεβλώσει την αγορά»*. Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει περαιτέρω: *«[χ]αρακτηριστικό παράδειγμα της "κοινής πείρας" για τη στρέβλωση της αγοράς αποτελεί το γεγονός ότι σε περίπτωση μη επώνυμης ζήτησης συγκεκριμένης μπίρας σε σημείο μαζικής κατανάλωσης είναι η "αυτόματη" προσφορά από αυτό των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ (με άλλα λόγια εφόσον ο καταναλωτής δεν ζητήσει επωνύμως κάποιο άλλο προϊόν π.χ. ΜΥΘΟΣ –ακόμα και εάν στο σημείο της κρύας αγοράς συνυπάρχουν τα προϊόντα μας με αυτά του ανταγωνισμού πράγμα εξαιρετικά σπάνιο […] σίγουρα θα καταλήξει να του "σερβίρουν" μία AMSTEL ή μία HEINEKEN. Η συχνότητα του εν λόγω φαινομένου είναι τόσο μεγάλη που αποκλείει κάθε πιθανότητα να συμβαίνει τούτο*

---

[258] Κλαδική Έρευνα της ICAP στη Ζυθοποιία - Απρίλιος 2011.
[259] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.
[260] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8573/8.12.08 Συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

τυχαία και χωρίς σαφή καθοδήγηση από την καταγγελλόμενη και από το δίκτυο που ελέγχει)». Με την άποψη της Μύθος Ζυθοποιίας συντάσσεται και η […][261].

233 Παρομοίως, η […] επισημαίνει[262]: «[δ]εδομένου ότι η ανάπτυξη και η δημιουργία ενός νέου δικτύου διανομής απαιτεί σημαντικές επενδύσεις (επένδυση σε οχήματα, εργατικό δυναμικό, κέντρα αποθήκευσης), η πρόσβαση στο δίκτυο των χονδρεμπόρων ήταν καθοριστικής σημασίας κατά το αρχικό στάδιο της ανάπτυξής μας. Περαιτέρω, εκτός από το μεταφορικό κόστος/κόστος αποθήκευσης, η πραγματοποίηση απευθείας πώλησης χωρίς δηλαδή τη διαμεσολάβηση των χονδρεμπόρων απαιτεί περισσότερο χρόνο και προϋποθέτει την ύπαρξη σημαντικών πόρων για τη διενέργεια διαπραγματεύσεων με πολλά και μικρά διαφορετικά σημεία πώλησης. Η εταιρεία μας αντιμετώπισε σημαντικότατα και πολλαπλά εμπόδια στην προσπάθειά της να αποκτήσει πρόσβαση σε αυτά τα δίκτυα διανομής […] Η θέση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε επίπεδο χονδρεμπόρων/μεγάλων διανομέων και ο άμεσος και έμμεσος έλεγχος που ασκούσε η ίδια τόσο στην επιτόπια όσο και στη μελλοντική αγορά μέσω του καναλιού των Χονδρεμπόρων/Μεγάλων Διανομέων[263] εμπόδισαν σε σημαντικό βαθμό τη […] να διεισδύσει στη σχετική αγορά. Η […] κατέβαλε κάθε δυνατή προσπάθεια προκειμένου να παραμείνει ένας αποτελεσματικός ανταγωνιστής σε μία αγορά εντός της οποίας ο ανταγωνισμός ήταν ήδη εξασθενισμένος εξαιτίας της καταχρηστικής εκμετάλλευσης της δεσπόζουσας θέσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»[264].

---

[261] Βλ. την από 22.2.2012 ένορκη κατάθεσή υπ' αριθ. […] του […]. Την εν λόγω κατάθεση υπέβαλε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.7.12 υποβολή στοιχείων.

[262] Βλ. σχετ. […].

[263] Σύμφωνα με διευκρίνιση της εταιρίας […]: *«[σ]τους Μεγάλους Διανομείς περιλαμβάνονται οι Αλυσίδες Super Market και Συνεταιρισμοί (Coops), καταστήματα Cash & Carry»*.

[264] Η […] υπ' αριθ. πρωτ. […], αναφέρει ως επιχείρημα εξ αντιδιαστολής το παράδειγμα της μπίρας «FIX» η οποία όταν εισήλθε ξανά στην αγορά κατόρθωσε να εδραιωθεί λόγω του υφιστάμενου απρόσκοπτα λειτουργούντος δικτύου διανομής της ιδιοκτήτριας εταιρίας. Συγκεκριμένα, αναφέρει: *«[ε]ξαιτίας των διαφόρων καταχρηστικών πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της αποδεδειγμένης βλάβης που έχει υποστεί η εταιρεία μας, εμποδιστήκαμε να λειτουργούμε αποδοτικά και ως κερδοφόρα επιχείρηση, παρότι είμαστε εξίσου αποτελεσματική επιχείρηση σε όλη την Ελλάδα. Υπάρχουν μάλιστα παραδείγματα άλλων επιχειρήσεων στη ελληνική αγορά ζύθου από τα οποία εξ αντιδιαστολής αποδεικνύονται οι ισχυρισμοί της βλάβης μας. Θεωρούμε ότι ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η Ολυμπιακή Ζυθοποιία (μία ζυθοποιία ίδιου επιπέδου και με όμοια παραγωγική ικανότητα με την[…] η οποία παράγει τη μπύρα σήματος "FIX"). Το σήμα FIX ως γνωστόν είχε παύσει να χρησιμοποιείται επί τρεις (3) δεκαετίες περίπου. Η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, διέθεσε την μπύρα FIX στην αγορά το έτος 2009 και δεδομένης της απρόσκοπτης λειτουργίας του δικτύου διανομής της [...]) κατόρθωσε ήδη μέσα σε δύο έτη λειτουργίας να αποκτήσει το αρκετά υψηλό μερίδιο αγοράς [...]% στην σχετική αγορά. Αυτό το ποσοστό μεριδίου αγοράς στην πραγματικότητα ισούται με αυτό το οποίο η […] αγωνίζεται να επιτύχει/διατηρήσει μετά από 12 χρόνια λειτουργίας στην ελληνική αγορά!»*.

Επίσης, η […] αναφέρει ότι: «*παρά το γεγονός ότι εφάρμοσε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική και επιθετική τιμολογιακή πολιτική και διαφοροποίησε εξ ανάγκης την παραγωγή της προς φθηνότερα και ελάχιστου κέρδους τύπους μπύρας ([…] κτλ) για να επιβιώσει, δεν κατόρθωσε να επιτύχει την εμπορική ανάπτυξη την οποία θα είχε τη δυνατότητα να επιτύχει σε συνθήκες ανόθευτου και υγιούς ανταγωνισμού. Η αναποτελεσματική δομή του κόστους της […] εξαιτίας των μη αποτελεσματικών μεθόδων διανομής τις οποίες η ίδια αναγκάστηκε να εφαρμόσει, οδήγησαν τη […] στην απόκτηση ενός αμελητέου και σε ορισμένες περιπτώσεις μηδενικού λειτουργικού περιθωρίου κέρδους. Στα πλαίσια αυτά ήταν αδύνατον για τη […] να επωφεληθεί οικονομιών κλίμακας ή να αποκτήσει οποιοδήποτε άλλο οικονομικό όφελος, προϊόν της εκ μέρους της αποτελεσματικής διαχείρισης των οικονομικών πόρων. Αυτά είχαν σαν ως αποτέλεσμα τη δραματική αρνητική επίπτωση στην ικανότητα της […] να λειτουργεί ως μία αποτελεσματική επιχείρηση και παρεμπόδισε την ικανότητά της να επενδύει σε έρευνα και τεχνολογία και να εφαρμόζει ανταγωνιστικότερες τιμολογιακές πολιτικές. Ο σημαντικός βαθμός εξάρτησης της […] από μεταφορικά μέσα, δικά της και τρίτων προκειμένου να αποκτήσει πρόσβαση σε σημεία πώλησης, το κόστος δημιουργίας και λειτουργίας κέντρων διανομής […] αποτελούν επιπλέον παράγοντες οι οποίοι στο σύνολό τους εμπόδισαν*

234 Σύμφωνα με την […][265]: «[μ]ία από τις δυσκολίες είναι να αποκτήσει δίκτυο στη διανομή και για να αποκτήσεις δίκτυο διανομής πρέπει το προϊόν σου να είναι αποδεκτό από τον καταναλωτή»[266]. Αναφορικά δε με δυσκολίες ως προς το δίκτυο διανομής οι οποίες συνδέονται με την ηγέτιδα εταιρία του κλάδου, […] αναφέρει: «[…] δεν αντιμετωπίζουμε ιδιαίτερα προβλήματα […]. Παρ' όλα αυτά, προσωπική μου άποψη είναι ότι όταν μία εταιρία κατέχει τόσο μεγάλο μερίδιο αγοράς και για τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα σίγουρα είχε τη δυνατότητα μέχρι πριν 3 χρόνια να ελέγχει δίκτυα διανομής και τελικά σημεία πώλησης των προϊόντων, δηλαδή αποκλειστικές συμφωνίες στα τελικά σημεία και καθοριστική επιρροή στα δίκτυα διανομής ως προς τη συμπεριφορά τους απέναντι στον ανταγωνισμό».

235 Η […] επίσης χαρακτηρίζει τη δυσκολία πρόσβασης στα ήδη υπάρχοντα δίκτυα διανομής ως το *«σημαντικότερο εμπόδιο»* για τη διάθεση των προϊόντων της στην ελληνική επικράτεια[267]. Η ανησυχία των επιχειρηματιών αναφορικά με την επιτυχία του προϊόντος, η ικανοποίηση τους σε όρους οικονομικών ανταλλαγμάτων αλλά και η διστακτικότητα με την οποία αντιμετωπίζουν οι χονδρεμπορικές κυρίως επιχειρήσεις την ενδεχόμενη «διατάραξη» μακροχρόνιων δεσμών συνεργασίας λόγω της διάθεσης ανταγωνιστικών προϊόντων αποτελούν τους βασικούς προβληματισμούς της εν λόγω εταιρίας ζύθου[268].

τη […] να λειτουργήσει ως μία αποτελεσματική και κερδοφόρα επιχείρηση. Αναμφισβήτητα, οι συγκεκριμένες λιγότερο αποτελεσματικές πολιτικές αν και βοήθησαν τη […] να επιβιώσει έστω και υπό ιδιαίτερα δυσχερείς συνθήκες στην αγορά της μπύρας, την εμπόδισαν να αναπτυχθεί και να επωφεληθεί των επιχειρηματικών δυνατοτήτων που της αναλογούσαν. Ενόψει των ανωτέρω είναι σαφές […] θα είχε αποκλειστεί από την ελληνική αγορά μπύρας».

265 Αναφορά […].

266 Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και το περιεχόμενο των δηλώσεων του […] της Craft Πρότυπης Ζυθοποιίας Α.Ε., στο άρθρο της εφημερίδας «ΤΟ ΒΗΜΑ» της 07.11.2010 με τίτλο «Μια μικροζυθοποιία που κάνει θαύματα». Σύμφωνα με το άρθρο ο εν λόγω επιχειρηματίας *«έμαθε ότι ο παράγοντας που καθορίζει το παιχνίδι στην αγορά είναι τα χονδρεμπορικά δίκτυα διανομής»*, ενώ *«[α]πέφυγε τους σκοπέλους παρακάμπτοντας το χονδρεμπορικό δίκτυο διανομής και διαμόρφωσε ένα δικό του δίκτυο πώλησης αρχικά στην περιοχή της Αττικής και εν συνεχεία με επί μέρους συνεργασίες σε άλλες περιοχές της Ελλάδας»*.

267 Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 4650/1.8.05 και 6210/31.7.12 υποβολές στοιχείων.

268 Αναλυτικότερα, αναφορικά με το κανάλι των super market η εταιρία αναφέρει: *«[τ]α super market προωθούν νέα προϊόντα μπίρας -είτε αυτά προέρχονται από νέες είτε από "παλαιές" επιχειρήσεις του κλάδου- εφόσον εκτιμήσουν ότι θα έχουν σχετικό όφελος από αυτό σε σχέση με την εκτίμηση κόστους των νέων προϊόντων […] Το μέγεθος των καταστημάτων super market διαφέρει σημαντικά, συνήθως μικρά καταστήματα με περιορισμένο χώρο ραφιών για μπίρες, διαθέτουν μικρότερο αριθμό εμπορικών σημάτων και συσκευασιών. Ανάλογα η τοποθέτηση νέων κωδικών σε μικρά καταστήματα είναι σχετικά δυσχερέστερη, από ότι σε μεγαλύτερα καταστήματα. […]»*. Επίσης, η […] επισημαίνει αναφορικά με το κανάλι διάθεσης των πρατηρίων ποτών και αναψυκτικών: *«[η] προθυμία συνεργασίας των πρατηρίων ποτών και αναψυκτικών με νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της μπίρας, τείνει να είναι σημαντικά περιορισμένη. Οι περισσότεροι πρατηριούχοι διατηρούν παραδοσιακές εμπορικές και πολλές φορές φιλικές σχέσεις με τους υπαλλήλους των εταιριών, με τις οποίες συνεργάζονται. Έτσι, αισθάνονται ότι η δραστηριοποίηση στην κατεύθυνση της πώλησης προϊόντων άλλων εταιριών είναι ανταγωνιστική σε σχέση με την κατεστημένη, την υπάρχουσα. Εκτός από τη "συναισθηματική δέσμευση" μέρος των πωλήσεων που πραγματοποιούν σε super market, αλυσίδες καταστημάτων κρύας αγοράς, μεγάλες εστίες κατανάλωσης κ.α. ελέγχεται και έχει την υποστήριξη της οργάνωσης πωλήσεων των εταιριών με τις οποίες συνεργάζονται. Στις περιπτώσεις αυτές, τα πρατήρια διακινούν μόνο τα προϊόντα με όρους και συμφωνίες που διαπραγματεύεται η ζυθοποιία, είτε η εμπορική επιχείρηση και η οποία έχει τον τελικό έλεγχο των εμπορικών σημάτων. Επιπλέον, η πραγματοποίηση νέων συνεργασιών και η διάθεση νέων προϊόντων μπίρας είναι συνυφασμένη με μεγαλύτερο επιχειρηματικό κίνδυνο από εκείνον της διάθεσης γνωστών προϊόντων, των οποίων η ζήτηση είναι γνωστή και "εξασφαλισμένη". […] […] Τα πρατήρια ποτών και αναψυκτικών που διανέμουν νέα προϊόντα ενδέχεται σε περίπτωση αποτυχημένης εισόδου στην αγορά να αντιμετωπίσουν επιστροφές προϊόντων μπίρας που δημιουργούν κόστος χωρίς έσοδα, τριβές και απώλεια δυσαρεστημένων πελατών, μείωση παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας. Η κεφαλαιακή ισχύς μεγάλου αριθμού των πρατηρίων ποτών και αναψυκτικών είναι σχετικά μικρή, με συνέπεια την υιοθέτηση στρατηγικής*

VI. ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ (N. 703/1977 ΚΑΙ N. 3959/2011)

236 Με την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού (ΦΕΚ Α΄ 93) την 20.4.2011 καταργήθηκε ο ν. 703/1977 Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού (ΦΕΚ Α΄ 278)[269]. Βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου, καθώς και βάσει των αρχών της ασφάλειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης, εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου οι οποίες ίσχυαν κατά το χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις και επιβάλλονται οι σχετικές κυρώσεις[270]. Έτσι, κάθε συμπεριφορά η οποία έλαβε χώρα μέχρι την 20.4.2011 (ημερομηνία κατάργησης του ν. 703/1977 και θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί την αντικειμενική και υποκειμενική υπόσταση των προβλεπόμενων στα άρθρα 1 και 2 του ν. 703/1977 παραβάσεων, αξιολογείται βάσει των προαναφερόμενων άρθρων. Συνεπώς, στα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση υπόθεσης τα οποία εκτιμάται ότι εμπίπτουν στο *ratione materiae* και *ratione temporis* πεδίο εφαρμογής του άρθρου 2 του Ν. 703/1977 εφαρμόζονται κατ' αρχάς οι ουσιαστικού δικαίου κανόνες του εν λόγω άρθρου. Εξάλλου, τυχόν διαρκείς παραβάσεις, οι οποίες αν και ξεκίνησαν να λαμβάνουν χώρα νωρίτερα, συνεχίστηκαν να τελούνται και μετά το χρονικό σημείο έναρξης ισχύος του ν. 3959/2011, αξιολογούνται υπό τις διατάξεις αυτού. Σε κάθε περίπτωση, δεν υφίσταται εν προκειμένω ουσιαστική διαφοροποίηση μεταξύ των διατάξεων για την καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης στους δύο νόμους, δεδομένου ότι η διάταξη του άρθρου 2 ν. 703/1977 είναι όμοια με την αντίστοιχη διάταξη του άρθρου 2 ν. 3959/2011, καθώς και κατ' ουσίαν όμοια (εκτός του κριτηρίου επίδρασης στο διακοινοτικό εμπόριο) με την αντίστοιχη διάταξη του άρθρου 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ), η οποία εξάλλου εφαρμόζεται και παραλλήλως στην κρινόμενη υπόθεση.

Κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης

Γενικό Πλαίσιο

237 Σύμφωνα με το άρθρο 2 του . 703/1977 (νυν άρθρο 2 του ν. 3959/2011[271]): «Απαγορεύεται η υπό μιας ή

χαμηλού επιχειρηματικού κινδύνου. Καθόσον δεν διασφαλίζεται η κερδοφορία της διανομής νέων προϊόντων από νέες επιχειρήσεις, τα πρατήρια ποτών και αναψυκτικών παραμένουν δεσμευμένα στη διακίνηση καθιερωμένων σημάτων».

[269]Βλ. άρθ. 51 Ν. 3959/2011.

[270]Βλ. απόφαση ΔΕΚ, υποθ. C-201/09 και C-216/09, ArcelorMittal Luxembourg SA κ. Επιτροπής, Συλλ. 2011 I-2239, σκ. 67-71.

[271] Το οποίο ορίζει: «Καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης 1. Απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της αγοράς της Ελληνικής Επικράτειας.

2. Η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση μπορεί να συνίσταται ιδίως: α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη εύλογων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής,

β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διάθεσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης με ζημία των καταναλωτών,

γ) στην εφαρμογή στο εμπόριο άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές, ιδίως στην αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης, αγοράς ή άλλης συναλλαγής, με αποτέλεσμα να περιέρχονται ορισμένες επιχειρήσεις σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό,

δ) στην εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσόμενων, πρόσθετων παροχών, οι οποίες από τη φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων

περισσοτέρων επιχειρήσεων καταχρηστική εκμετάλλευσις της δεσποζούσης θέσεως αυτών επί του συνόλου ή μέρους της αγοράς της χώρας. Η καταχρηστική αύτη εκμετάλλευσις δύναται να συνίσταται ιδία:

α) εις τον άμεσον ή έμμεσον εξαναγκασμόν προς καθορισμόν είτε των τιμών αγοράς ή πωλήσεως είτε άλλων μη ευλόγων όρων συναλλαγής,

β) εις τον περιορισμόν της παραγωγής, της καταναλώσεως ή της τεχνολογικής αναπτύξεως, επί ζημία των καταναλωτών,

γ) εις την εφαρμογήν ανίσων όρων δι' ισοδυνάμους παροχάς, ιδία εις την αδικαιολόγητον άρνησιν πωλήσεων, αγορών ή άλλων συναλλαγών, κατά τρόπον ώστε επιχειρήσεις τινές να τίθενται εις μειονεκτικήν εν τω ανταγωνισμώ θέσιν,

δ) εις την εξάρτησιν της συνάψεως συμβάσεων εκ της παρά των αντισυμβαλλομένων αποδοχής προσθέτων παροχών, ή συνάψεως προσθέτων συμβάσεων αι οποίαι, κατά την φύσιν των ή συμφώνως προς τας εμπορικάς συνηθείας, δεν συνδέονται μετά του αντικειμένου των συμβάσεων τούτων».

238 Προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 2 ν. 703/1977 είναι: α) η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στο σύνολο ή μέρος της σχετικής αγοράς (προϊόντος ή γεωγραφικής) και β) η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης. Αντίστοιχες είναι οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσει ο ενωσιακός νομοθέτης για την εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ[272].

239 Οι διατάξεις του άρθρου 2 του ν. 703/77 και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν απαγορεύουν την κατοχή ή απόκτηση δεσπόζουσας θέσης, αλλά την καταχρηστική εκμετάλλευση αυτής. Η έννοια της τελευταίας δεν ορίζεται στις ως άνω διατάξεις, οι οποίες περιορίζονται στην ενδεικτική απαρίθμηση ορισμένων μορφών κατάχρησης από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, η οποία απαγορεύεται ρητώς από το νόμο. Σκοπός των διατάξεων αυτών είναι αφενός η προστασία του συστήματος της ελεύθερης αγοράς, αφετέρου η προστασία της οικονομικής ελευθερίας των τρίτων[273]. Ειδικότερα, βασικό αντικείμενο των κανόνων ανταγωνισμού είναι η προστασία όχι αποκλειστικά των άμεσων συμφερόντων των ανταγωνιστών ή των καταναλωτών, αλλά και της δομής της αγοράς και με τον τρόπο

αυτών».

[272] Βλ. Ενοποιημένη απόδοση της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Άρθρο 102 (πρώην άρθρο 82 της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Κοινότητας – ΣΕΚ, το οποίο, με την έναρξη ισχύος της Συνθήκης της Λισαβόνας την 1.12.2009, αναριθμήθηκε σε άρθρο 102 ΣΛΕΕ και το οποίο (πρώην) άρθρο 82 της ΣυνθΕΚ προήλθε από αναρίθμηση του άρθρου 86 ΣυνθΕΚ (πρώην άρθρο 86 ΣυνθΕΟΚ), δυνάμει σχετικής πρόβλεψης της Συνθήκης του Άμστερνταμ), ΕΕ 115 της 09/05/2008 σ. 89. Για τους σκοπούς της παρούσας, οι αναφορές στα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ νοούνται, κατά περίπτωση, ως αναφορές στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης ΕΚ ή / και 85 και 86 ΣυνθΕΟΚ / ΣυνθΕΚ. Το άρθρο 102 ΣΛΕΕ προβλέπει ότι: «Είναι ασυμβίβαστη με την εσωτερική αγορά και απαγορεύεται, κατά το μέτρο που δύναται να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις της δεσπόζουσας θέσης τους εντός της εσωτερικής αγοράς ή σημαντικού τμήματός της.

Η κατάχρηση αυτή δύναται να συνίσταται ιδίως:

α) στην άμεση ή έμμεση επιβολή μη δικαίων τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής,

β) στον περιορισμό της παραγωγής, της διαθέσεως ή της τεχνολογικής αναπτύξεως επί ζημία των καταναλωτών,

γ) στην εφαρμογή ανίσων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικώς συναλλασσομένων, με αποτέλεσμα να περιέρχονται αυτοί σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό,

δ) στην εξάρτηση της συνάψεως συμβάσεων από την αποδοχή, εκ μέρους των συναλλασσομένων, προσθέτων παροχών που εκ φύσεως ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν έχουν σχέση με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών».

[273] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8 και νομολογία στην οποία παραπέμπει και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty).

αυτό του ίδιου του ανταγωνισμού[274]. Τα άρθρα 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ δεν στοχεύουν μόνο στην πρόληψη πρακτικών που μπορούν να προκαλέσουν βλάβη σε πελάτες ή καταναλωτές κατά άμεσο τρόπο, αλλά και στην πρόληψη πρακτικών που είναι επιζήμιες για αυτούς λόγω των επιπτώσεών τους στην ανταγωνιστική διάρθρωση της αγοράς και οι οποίες, βραχυπρόθεσμα, μπορεί ακόμη και να εμφανίζονται ότι συνεπάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα για αυτούς, πρακτικών που εν γένει προκαλούν ζημία σε πελάτες και καταναλωτές επηρεάζοντας αρνητικά μια κατάσταση αποτελεσματικού ανταγωνισμού και θίγοντας τη δομή του πραγματικού ανταγωνισμού[275]. Πρακτικές αποκλεισμού που αποσκοπούν στο να εμποδίσουν την πρόσβαση και να παρεμποδίσουν, έτσι, τον υφιστάμενο ανταγωνισμό ή την ανάπτυξη νέου ανταγωνισμού, έχουν πολλάκις χαρακτηρισθεί ως κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης από τις Αρχές Ανταγωνισμού και τα ευρωπαϊκά δικαστήρια. Η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης έχει αντικειμενικό χαρακτήρα, καταλαμβάνει δε τη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της ύπαρξης της εν λόγω επιχειρήσεως, ο βαθμός του ανταγωνισμού είναι ήδη μειωμένος και η οποία έχει ως συνέπεια την παρεμπόδιση της διατήρησης του υφιστάμενου ακόμα στην αγορά επιπέδου ανταγωνισμού ή της ανάπτυξής του, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά εκείνων που διέπουν το φυσιολογικό ανταγωνισμό επί των προϊόντων ή υπηρεσιών βάσει των παροχών των επιχειρηματιών[276].

240 Ως εκ τούτου, η συμπεριφορά μίας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση δύναται να θεωρηθεί καταχρηστική ανεξάρτητα από την υπαιτιότητα ή μη της δεσπόζουσας επιχείρησης[277].

241 Κατά τη σχετική νομολογία, για τους σκοπούς αποδείξεως της παράβασης του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (και, αντιστοίχως, των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011), δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η εξεταζόμενη καταχρηστική εκμετάλλευση είχε συγκεκριμένο αποτέλεσμα στις οικείες αγορές. Αρκεί συναφώς να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της επιχειρήσεως με δεσπόζουσα θέση κατατείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή, με άλλα λόγια, ότι η συμπεριφορά είναι ικανή ή ενδέχεται να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα[278], ανεξαρτήτως του αν αυτό επήλθε τελικά[279]. Αντιθέτως, σύμφωνα με

[274] Βλ. και απόφαση ΔΕΚ της 04.06.2009, υπόθεση C-8/08, T-Mobile Netherlands BV, KPN Mobile NV, Orange Nederland NV, Vodafone Libertel NV κατά Raad van bestuur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit, σκ. 38 (βλ. και σκ. 39). Ομοίως, η απόφαση ΔΕΚ της 06.10.2009, GlaxoSmithKline Services Unlimited κατά Επιτροπής (C-501/06 P) και Επιτροπή κατά GlaxoSmithKline Services Unlimited (C-513/06 P) κ.ά., συνεκδ. υποθ. C-501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P και C-519/06 P, σκ. 63 επ.

[275] Απόφαση ΔΕΚ της 15.03.2007, υπόθεση C-95/04 P, British Airways plc κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 106 επ., απόφαση της 06.03.1974, 6 και 7/73, Istituto Chemioterapico Italiano και Commercial Solvents κατά Επιτροπής, Συλλ. 116, σκ. 32, Απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty).

[276] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ C-85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 91, ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 70, ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 69, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 67, ΠΕΚ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 241.

[277] Βλ. αποφάσεις ΠΕΚ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 243, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 69-70.

[278] Βλ. απόφαση ΠΕΚ της 17.12.2003, στην υπόθεση T-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 292, απόφαση Irish Sugar κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 170 και απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, υπόθεση T-203/01, Συλλ. II-04071, σκ. 238 επ.

[279] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 132.

τη νομολογία, περίπτωση στην οποία ενδεχομένως δεν επιτεύχθηκε το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα δεν αρκεί για να απαλειφθεί ο χαρακτηρισμός της καταχρήσεως της δεσπόζουσας θέσης. Τυχόν ισχυρισμός ότι, παρά την καταχρηστική πρακτική, το μερίδιο αγοράς των ανταγωνιστών αυξήθηκε δεν σημαίνει ότι η πρακτική δεν είχε επιπτώσεις αφού, αν δεν υπήρχε η εν λόγω πρακτική, το μερίδιο των ανταγωνιστών μπορούσε να αυξηθεί περισσότερο[280]. Επιπλέον, η υιοθέτηση τέτοιων πρακτικών δεν μπορεί να δικαιολογηθεί ούτε από το ότι ορισμένος ανταγωνιστής έχει εκκινήσει μία στρατηγική πολέμου τιμών, ούτε επειδή η δεσπόζουσα επιχείρηση σκοπεύει να ανταποκριθεί στις προσδοκίες της πελατείας της[281].

242 Παρότι, όπως ήδη αναφέρθηκε, η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης δεν συνεπάγεται καθεαυτή καμία μομφή έναντι της οικείας επιχειρήσεως, η επιχείρηση αυτή εντούτοις, ανεξάρτητα από τα αίτια δημιουργίας τέτοιας θέσεως, φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην σχετική αγορά[282]. Οι διατάξεις του άρθρου 2 ν. 703/1977, του άρθρου 2 ν. 3959/2011 και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ δεν απαγορεύουν την κατοχή δεσπόζουσας θέσης ούτε αφαιρούν από την επιχείρηση που βρίσκεται στη θέση αυτή το δικαίωμα να διαφυλάσσει τα εμπορικά της συμφέροντα, οσάκις αυτά απειλούνται, πλην όμως δεν μπορούν να γίνουν δεκτές ενέργειες οι οποίες αποσκοπούν στην ενίσχυση της δεσπόζουσας αυτής θέσεως και στην καταχρηστική εκμετάλλευσή της[283]. Ειδικότερα, γίνεται δεκτό ότι εκ της φύσεως των υποχρεώσεων που επιβάλλονται από τις διατάξεις αυτές, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις ενδέχεται να στερηθούν του δικαιώματος υιοθέτησης συμπεριφοράς ή λήψης μέτρων μη συνεπαγόμενων αφ' εαυτών κατάχρηση, ακόμη δε και μη καταδικαστέων αν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από μη κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις[284]. Συναφώς, η σύναψη σύμβασης ή η κτήση δικαιώματος μπορούν να συνιστούν κατάχρηση αν προέρχονται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση[285].

243 Κατά πάγια νομολογία, η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι αντικειμενική έννοια, αφορά δε τη συμπεριφορά δεσπόζουσας επιχείρησης η οποία είναι ικανή να επηρεάσει τη δομή μιας αγοράς όπου, λόγω ακριβώς της ύπαρξης της εν λόγω επιχείρησης, ο ανταγωνισμός είναι ήδη εξασθενημένος

---

[280] T-24/93, Compagnie Maritime Belge transports κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ.147-149, επιβεβαιωθείσα από C-395/96 P και C-396/96 P, Compagnie Maritime Belge κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Βλ. επίσης, απόφαση Ε.Επ. 97/624/ΕΚ, Irish Sugar, παρ. 124-126, η οποία επιβεβαιώθηκε από την απόφαση ΠΕΚ T-228/97, Irish Sugar κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 229-234.
[281] Απόφαση T-24/93, ό.π., σκ. 148.
[282] Απόφαση ΔΕΚ υπόθεση C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983 σ. 3461, σκ. 70, απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, υπόθ. T-203/01, Συλλ. II-04071, σκ. 55, με παραπομπή στις προπαρατεθείσες αποφάσεις Michelin I, και Irish Sugar, ό.π., σκ. 112. Επίσης στην απόφαση ΠΕΚ της 09.09.2009, Clearstream Banking AG και Clearstream International SA κατά Επιτροπής στην υπόθ. T-301/04, σκ. 132, απόφαση ΠΕΚ υπόθ. T-65/89, BPB Industries Plc και British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 67, υπόθεση T-83/91, Tetra Pak International SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 1994 II-755, σκ. 122.
[283] Αποφάσεις ΔΕΚ, υπόθ. 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, σκ. 189, ΠΕΚ της 01.04.1993, T-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλ. II-389, σκ. 69, απόφαση Tetra Pak κατά Επιτροπής, ό.π., σκέψη 147· της 08.10.1996, T-24/93 έως T-26/93 και T-28/93, Compagnie maritime belge transports κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. II-1201, σκ. 107, και Irish Sugar κατά Επιτροπής (ό.π.) σκ. 112.
[284] Απόφαση ΔΕΚ υπόθεση 322/81, Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σ. 3461, σκ. 57, απόφαση ΠΕΚ υπόθεση T-111/96, ITT Promedia NV κατά Επιτροπής, Συλλ. II-02937, σκ. 139.
[285] Ομοίως απόφαση ITT Promedia NV κατά Επιτροπής, σκ.139, C-322/81, Michelin κατά Επιτροπής, σκ. 57, απόφαση ΠΕΚ υπόθεση T-51/89, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. 1990, σ. II-309, σκ. 23. Βλ. και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 158 με περαιτέρω παραπομπές.

και η οποία εμποδίζει τη διατήρηση του υφιστάμενου ακόμα στην αγορά επιπέδου ανταγωνισμού ή την ανάπτυξη του ανταγωνισμού αυτού, με την προσφυγή σε μέσα διαφορετικά από αυτά που διέπουν το φυσιολογικό ανταγωνισμό των προϊόντων ή υπηρεσιών βάσει των παροχών των επιχειρηματιών[286]. Όπως προεκτέθηκε, το αποτέλεσμα αυτό στο οποίο αναφέρεται η νομολογία δεν αφορά κατ' ανάγκη τα συγκεκριμένα αποτελέσματα της συμπεριφοράς που επικρίνεται ως καταχρηστική.

244 Δεδομένου ότι η έννοια της καταχρηστικής εκμετάλλευσης είναι αντικειμενική, είναι νομικά αδιάφορο (ως προς τη στοιχειοθέτηση της κατάχρησης) εάν μια επιχείρηση σε δεσπόζουσα θέση έχει την πρόθεση να αποθαρρύνει ή να εξασθενήσει τους ανταγωνιστές της[287]. Η ενίσχυση της θέσης που κατέχει η επιχείρηση μπορεί να είναι καταχρηστική και να απαγορεύεται από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, όποια και αν είναι τα μέσα ή οι διαδικασίες που χρησιμοποιήθηκαν προς το σκοπό αυτό, ακόμη και ανεξάρτητα από κάθε πταίσμα, και μάλιστα ανεξάρτητα από την ύπαρξη αιτιώδους συνδέσμου μεταξύ της δεσπόζουσας θέσης και της καταχρηστικής εκμετάλλευσης[288]. Τα υποκειμενικά στοιχεία της παραβάσεως μπορεί αντιστρόφως να καταδεικνύουν την επιδίωξη σκοπού αντίθετου προς τον ανταγωνισμό ή να συνθέτουν τα ίδια την καταχρηστική συμπεριφορά[289]. Οι πρακτικές της δεσπόζουσας επιχείρησης μπορούν να αναπτύξουν αποτέλεσμα αποκλεισμού, αφενός καθιστώντας δυσκολότερη, ή ακόμα και αδύνατη, την πρόσβαση στην αγορά των ανταγωνιστών της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης και, αφετέρου, καθιστώντας πιο δύσκολη, ακόμα και αδύνατη, για τους αντισυμβαλλομένους της, την επιλογή μεταξύ περισσοτέρων πηγών εφοδιασμού ή εμπορικών εταίρων[290]. Ειδικώς επί του αποκλεισμού ανταγωνιστών από την αγορά γίνεται δεκτό ότι το άρ. 102 ΣΛΕΕ απαγορεύει στην κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να αποκλείει ανταγωνιστές από την αγορά, ενισχύοντας έτσι τη θέση της, δια της χρησιμοποιήσεως διαφορετικών μέσων σε σχέση με τα χρησιμοποιούμενα υπό συνθήκες θεμιτού ανταγωνισμού[291]. Υπό αυτή την έννοια, κάθε ανταγωνισμός μέσω των τιμών δεν

---

[286] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ C-85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 91, ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σ. 3461, σκ. 70, ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 σ. I-3359, σκ. 69, ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 67, ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σ. II-5917, σκ. 241, απόφαση ΠΕΚ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010 σ. II 4361 σκ. 38, καθώς και απόφαση ΔΕΕ C-549/10 P Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 17. Βλ. επίσης απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty), ΕΑ 207/III/2002, ό.π. και απόφαση ΕΑ 59/1993.

[287] Βλ. αποφάσεις ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σ. II-5917, σκ. 243, ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 69-70 και Höfner και Elser, υπόθ. C 41/90, Συλλ. 1991 I-1979. Βλ. απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty).

[288] Απόφαση ΔΕΚ 6/72 Continental Can κατά Επιτροπής Συλλ. 1973, σ. 215 σκ. 27 και 29, απόφαση ΠΕΚ Τ-128/98 Aeroports de Paris κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000 σ. II 3929 σκ. 170, Τ-65/89, ό.π., σκ. 70. Ομοίως, απόφαση της Ευρ. Επιτροπής COMP/38784 Wanadoo Telefonica, σκ. 280.

[289] Βλ. απόφαση ΔΕΚ της 16.03.2000 στην υπόθεση C-395/96 P και C-396/96 P, Compagnie Maritime Belge κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 117-119 (ιδίως σκ. 119 -όπου το ΔΕΚ στη διαπίστωση καταχρήσεως έλαβε υπόψη το γεγονός ότι προέκυπτε ότι στόχος της υιοθετούμενης συμπεριφοράς από τη δεσπόζουσα επιχείρηση ήταν η εκδίωξη ανταγωνιστών από την αγορά). Βλ. και Προτάσεις του ΓΕ Ruiz-Jarabo Colomer της 1ης Απριλίου 2008 στις συνεκδ. υποθέσεις C-468/06 έως C-478/06, Σωτ. Λέλος και Σία ΕΕ κ.ά. κατά GlaxoSmithKline ΑΕΒΕ Φαρμακευτικών Προϊόντων, παρ. 47 επ.

[290] Πρβλ. απόφαση ΔΕΚ της 15.03.2007 στην υπόθεση 95/04 P, British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. σ. I-2331, σκ. 68-69.

[291] Απόφαση ΔΕΚ 62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 I-03359 σκ. 70, απόφαση ΔΕΚ 202/07, France Telecom κατά Επιτροπής Συλλ. 2009, I-02369, σκ. 103 και 106, Απόφαση ΠΕΚ Τ-228/97, Irish Sugar κατά Επιτροπής Συλλ.

μπορεί να θεωρηθεί ως θεμιτός.

VII. ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΝΔΟΚΟΙΝΟΤΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΑΡΘΡΟΥ 102 ΣΛΕΕ

245 Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ. 1 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, οσάκις οι αρχές ανταγωνισμού των κρατών μελών ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ (πρώην άρθρο 81 παρ. 1 ΣΕΚ), οι οποίες είναι πιθανόν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών κατά την έννοια της διάταξης αυτής, εφαρμόζουν επίσης το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, στις εν λόγω συμφωνίες, αποφάσεις ή εναρμονισμένες πρακτικές[292]. Περαιτέρω, όταν οι αρχές ανταγωνισμού και τα δικαστήρια των κρατών μελών εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού σε καταχρηστική πρακτική που απαγορεύεται από το άρθρο 102 της Συνθήκης (πρώην άρθρο 82 ΣΕΚ), οφείλουν να εφαρμόζουν επίσης το άρθρο αυτό[293]. Συνεπώς, το άρθρο 3 παράγραφος 1 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 υποχρεώνει τις αρχές ανταγωνισμού να εφαρμόζουν τα άρθρα 101 και 102 ΣΛΕΕ όταν εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία περί ανταγωνισμού σε συμφωνίες και καταχρηστικές πρακτικές που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών. Έτσι, το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου προσδιορίζει το πεδίο εφαρμογής του προαναφερόμενου άρθρου 3 του εν λόγω Κανονισμού.

246 Το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου είναι αυτόνομο κριτήριο της ευρωπαϊκής νομοθεσίας, το οποίο εκτιμάται *ad hoc*, και πληρούται όταν η υπό εξέταση κάθε φορά συμπεριφορά δύναται να έχει ένα ελάχιστο επίπεδο διασυνοριακών επιπτώσεων στο εσωτερικό της Ένωσης[294]. Κατά πάγια νομολογία, για να μπορεί μια απόφαση, συμφωνία ή πρακτική να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών, πρέπει, βάσει ενός συνόλου νομικών και πραγματικών στοιχείων, να μπορεί να πιθανολογηθεί επαρκώς ότι μπορεί να ασκήσει άμεση ή έμμεση, πραγματική ή δυνητική επίδραση στα εμπορικά ρεύματα μεταξύ κρατών μελών, τούτο δε κατά τρόπο που να προκαλείται φόβος ότι θα μπορούσε να εμποδίσει την πραγματοποίηση ενιαίας αγοράς μεταξύ κρατών μελών[295]. Η έννοια της επίδρασης στα εμπορικά ρεύματα δεν προϋποθέτει μόνο τον περιορισμό ή τη μείωση του εμπορίου αλλά οποιαδήποτε διαφοροποίηση των εμπορικών ρευμάτων, αρκεί αυτή να είναι αισθητή[296]. Κατά συνέπεια, και στην περίπτωση συμφωνιών ή πρακτικών που καλύπτουν το έδαφος ενός μόνο κράτους μέλους θεμελιώνεται επίδραση στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών αρκεί να υπάρχει δυνατότητα αισθητής μεταβολής των εμπορικών ρευμάτων μεταξύ κρατών μελών. Εξάλλου, κατά πάγια νομολογία

1999, II-02969 σκ. 111, ομοίως και απόφαση της Ευρωπαϊκής COMP/37990 Intel σκ. 915.

[292] Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, ΕΕ L 1 της 04/01/2003 σ. 1 – 25, βλ. και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης» ΕΕ C 2004 101/81 παρ. 9.

[293] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 9.

[294] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 13.

[295] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις του Δικαστηρίου, υπόθ. C-209/78 Van Landewyck κατά Επιτροπής, Συλλ. 1980, σ. 3125, σκ. 170, και υπόθ. C-219/95P Ferriere Nord κατά Επιτροπής, Συλλ. 1997, σ. I-4411, σκ. 20.

[296] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 34 και 77.

του ΔΕΕ, οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές που καλύπτουν ολόκληρο το έδαφος ενός εκ των κρατών μελών, ζωτικό δηλαδή τμήμα της κοινής αγοράς, έχουν εξ ορισμού ως αποτέλεσμα την παρακώλυση της οικονομικής αλληλοδιεισδύσεως που επιδιώκεται με τη Συνθήκη και, ως εκ τούτου, πληρούται το κριτήριο επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου για τους σκοπούς εφαρμογής των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ [297].

247 Στην περίπτωση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ, η κατάχρηση είναι εκείνη που πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται ότι πρέπει να εκτιμάται μεμονωμένα κάθε στοιχείο της συμπεριφοράς αυτής. Πράγματι, μία συμπεριφορά που εντάσσεται στη γενικότερη στρατηγική της δεσπόζουσας επιχείρησης πρέπει να εκτιμάται ως προς το συνολικό της αποτέλεσμα. Εάν, κατά την επιδίωξη του ιδίου σκοπού, η δεσπόζουσα επιχείρηση υιοθετεί διάφορες πρακτικές, όπως ιδίως πρακτικές που αποσκοπούν στον παραγκωνισμό ή αποκλεισμό των ανταγωνιστών, το άρθρο αυτό εφαρμόζεται σε όλες τις πρακτικές που εντάσσονται στη γενική αυτή στρατηγική εάν μία από τις εν λόγω πρακτικές είναι ικανή να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών[298].

248 Η εφαρμογή του κριτηρίου του επηρεασμού του εμπορίου δεν εξαρτάται από τον ορισμό των γεωγραφικών αγορών αναφοράς. Το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών μπορεί να επηρεαστεί επίσης σε περιπτώσεις, στις οποίες η οικεία αγορά είναι η εθνική αγορά ή τμήμα της εθνικής αγοράς[299].

249 Η φύση των προϊόντων που καλύπτονται από τις συμφωνίες ή πρακτικές παρέχει επίσης μία ένδειξη για το εάν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών δύναται να επηρεαστεί. Όταν η ίδια η φύση των προϊόντων διευκολύνει τις διασυνοριακές συναλλαγές ή τα καθιστά ιδιαίτερα σημαντικά για επιχειρήσεις που επιθυμούν να εγκατασταθούν ή να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους σε άλλα κράτη μέλη, το εφαρμοστέο του ενωσιακού δικαίου προσδιορίζεται ευκολότερα από ότι σε περιπτώσεις στις οποίες η ζήτηση για προϊόντα προμηθευτών από άλλα κράτη μέλη είναι, λόγω της φύσης τους, πιο περιορισμένη, ή στις οποίες τα προϊόντα παρουσιάζουν μικρότερο ενδιαφέρον από την άποψη της διασυνοριακής εγκατάστασης ή της επέκτασης της οικονομικής δραστηριότητας που ασκείται μέσω παρόμοιας εγκατάστασης[300]. Επίσης, η θέση των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων στην αγορά και ο όγκος των πωλήσεών τους παρέχουν ποσοτικές ενδείξεις για την ικανότητα της συμφωνίας να επηρεάσει το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών[301].

250 Όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους και η συμπεριφορά της έχει ως αποτέλεσμα τον καταχρηστικό αποκλεισμό ανταγωνιστών από την αγορά, η

---

[297] Βλ. ενδεικτικά Αποφάσεις του Δικαστηρίου, υπόθ. 8/72 Vereeniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, Συλλ. 1972-1973, σ. 221, παρ. 29, υπόθ. 126/80 Maria Salonia κατά Giorgio Poidomani και Franca Baglieri, Συλλ. 1981, σ. 1563, υπόθ. 42/84 Remia και λοιποί κατά Επιτροπής, Συλλ. 1985 σ. 2545, παρ. 22, υπόθ. C-35/96 Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλ. 1998, σ. Ι-3851, παρ. 48, υπόθ. C-309/99 Wouters και λοιποί Συλλ. 2002 σ. Ι-1577, παρ. 95, και απόφαση υπ' αρ. 277/IV/2005 της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΣΕΣΜΕ), η οποία επικυρώθηκε από το Διοικητικό Εφετείο Αθηνών με την υπ' αριθμ. 1001/2006 απόφασή του. Βλ. επίσης παρ. 86-88 Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου.σ.σ.

[298] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 17, απόφαση ΔΕΕ, υπόθ. C-85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σ. 461, σκ. 126.

[299] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π., παρ. 22.

[300] Ibid., παρ. 30.

[301] Ibid., παρ. 31.

καταχρηστική αυτή συμπεριφορά δυσχεραίνει γενικά την είσοδο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη στην αγορά και, συνεπώς, μπορεί να επηρεάσει τα εμπορικά ρεύματα[302]. Περαιτέρω, όταν μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους, είναι καταρχήν αδιάφορο εάν η κατάχρηση που διαπράττει η δεσπόζουσα επιχείρηση επηρεάζει τμήμα μόνο του εδάφους του κράτους μέλους ή ορισμένους μόνο αγοραστές στο έδαφός του. Μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να εμποδίσει το εμπόριο με ουσιαστικό τρόπο εάν υιοθετεί καταχρηστική συμπεριφορά σε τομείς ή έναντι πελατών που ενδέχεται να αποτελέσουν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη. Έτσι, ορισμένοι δίαυλοι διανομής αποτελούν σε ορισμένες περιπτώσεις ιδιαίτερα σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών. Η παρεμπόδιση της πρόσβασης σε παρόμοιους διαύλους μπορεί να έχει σημαντικές επιπτώσεις στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών[303].

251 Κατά την εκτίμηση του αισθητού χαρακτήρα του επηρεασμού, λαμβάνεται επίσης υπόψη το γεγονός ότι η ίδια η παρουσία δεσπόζουσας επιχείρησης που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους μπορεί να δυσχεράνει τη διείσδυση στην αγορά. Κάθε κατάχρηση που αυξάνει τα εμπόδια στην είσοδο στην εθνική αγορά πρέπει συνεπώς να θεωρείται ότι επηρεάζει αισθητά το εμπόριο. Ο συνδυασμός της θέσης της δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά και της αντίθετης προς τον ανταγωνισμό φύσης της συμπεριφοράς της συνεπάγεται ότι οι καταχρήσεις αυτές έχουν, από την ίδια τη φύση τους, αισθητή επίδραση στο εμπόριο μεταξύ κρατών μελών[304].

252 Στην κρινόμενη υπόθεση, η δυνατότητα επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου προκύπτει ευθέως από το γεγονός ότι οι εξεταζόμενες καταχρηστικές πρακτικές, και ιδίως οι ρήτρες και οι παροχές αποκλειστικότητας καθώς και οι πρακτικές αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων, εκτείνονται σε όλη την επικράτεια καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Περαιτέρω, όπως καταδεικνύεται κατωτέρω, οι εν λόγω πρακτικές εντάσσονται στο πλαίσιο μιας ενιαίας στρατηγικής της ΑΖ που αποσκοπούσε στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από την ελληνική αγορά. Ειδικότερα, με βάση τις ανωτέρω επισημάνσεις, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, τα προϊόντα της οποίας διανέμονται σε όλη την επικράτεια, κατέχει δεσπόζουσα θέση που καταλαμβάνει την κατά τα ανωτέρω ορισθείσα αγορά της μπίρας στο σύνολο του κράτους μέλους και οι πρακτικές της καταλαμβάνουν και επηρεάζουν το σύνολο της ελληνικής αγοράς, και όλους τους διαύλους διανομής, τόσο σε επίπεδο χονδρικών όσο και σε επίπεδο λιανικών πωλήσεων, και δη το κανάλι της επιτόπιας κατανάλωσης -η *«κρύα»* αγορά- και το κανάλι της μελλοντικής κατανάλωσης -η *«ζεστή»* αγορά-. Επιπλέον, οι δίαυλοι διανομής - πελάτες, στους οποίους εκτείνονται κατά τα εδώ εκτιθέμενα οι καταχρηστικές πρακτικές, και που διαθέτουν πολλά καταστήματα τα οποία καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας, δύνανται να αποτελούν στόχο ανταγωνιστών από άλλα κράτη μέλη, καθώς συνιστούν σημαντικό μέσο για την απόκτηση πρόσβασης σε μεγάλες κατηγορίες καταναλωτών. Εξάλλου, η ίδια η παρουσία της δεσπόζουσας επιχείρησης που καλύπτει το σύνολο κράτους μέλους μπορεί να δυσχεράνει τη διείσδυση στην αγορά και οι υπό εξέταση πρακτικές αποκλεισμού της αυξάνουν τα εμπόδια στην είσοδο στην εθνική αγορά.

[302] Ibid., παρ. 93.
[303] Ibid., παρ. 96.
[304] Ibid., παρ. 96.

Έτσι, εν προκειμένω, η δυνατότητα επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου προκύπτει, επίσης, από τον χαρακτήρα των υπό εξέταση πρακτικών, δεδομένου ότι οι ακολουθούμενες από την ΑΖ καταχρηστικές πρακτικές αποκλεισμού δύνανται από τη φύση τους να περιορίσουν τις δυνατότητες ελληνικών και αλλοδαπών επιχειρήσεων να δραστηριοποιηθούν (ή να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους) στην ελληνική αγορά. Το κριτήριο του επηρεασμού του ενδοκοινοτικού εμπορίου πληρούται, ακόμη, λαμβανομένης υπόψη της κυρίαρχης θέση της ΑΖ στην εξεταζόμενη αγορά, εκτιμώμενη τόσο σε απόλυτους όρους (κύκλος εργασιών, όγκος πωλήσεων, εκτεταμένο δίκτυο διανομής, κ.ά.) όσο και σε σχετικούς όρους (συγκρίνοντας τη θέση της με εκείνη των ανταγωνιστών της που δραστηριοποιούνται στη σχετική αγορά, καθώς και άλλων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα).

253 Περαιτέρω, υφίστανται εισαγωγές και εξαγωγές προς χώρες της Ένωσης, αν και σε πιο περιορισμένο βαθμό, κατά τα αναλυτικώς στην εισαγωγή εκτεθέντα[305]. Σε κάθε περίπτωση, τα προϊόντα ζύθου αποτελούν αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών. Οι εισαγωγές και οι εξαγωγές πραγματοποιούνται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αλλά και από ανταγωνιστές της, περιλαμβανομένης της Μύθος Ζυθοποιία. Η ελληνική αγορά μπίρας συνεπώς χαρακτηρίζεται, μεταξύ άλλων, από διασυνοριακό εμπόριο προς και, κυρίως, από χώρες της Ένωσης, ενώ ο κίνδυνος της εξάλειψης ή του περιορισμού ανταγωνιστών – προμηθευτών από άλλα Κράτη Μέλη και στεγανοποίησης της εθνικής αγοράς με επηρεασμό ή τροποποίηση των διενωσιακών εμπορικών ροών είναι πολύ μεγάλος λαμβανομένων υπόψη του βεληνεκούς και της φύσης των πρακτικών που διαχρονικά έχει εφαρμόσει η δεσπόζουσα επιχείρηση. Για τους ανωτέρω λόγους, δεν μπορεί να γίνουν δεκτοί οι περί του αντιθέτου ισχυρισμοί της ΑΖ[306].

254 Συνεπώς, λαμβανομένων υπόψη όλων των ανωτέρω παραγόντων και ιδίως της παγιωμένης δεσπόζουσας θέσης της καθ' ης που κατέχει διαχρονικά τα ανωτέρω ιδιαιτέρως υψηλά μερίδια αγοράς κατά τα ανωτέρω, του όγκου των πωλήσεών της και της σύνθετης φύσης της εξεταζόμενης συμπεριφοράς που αναφέρεται σε πολλαπλή, μέσω επάλληλων πρακτικών παρεμπόδισης της πρόσβασης των ανταγωνιστών σε όλους τους διαύλους διανομής και με εγγενώς σημαντικό αντίκτυπο όσον αφορά την πρόσβαση των προμηθευτών στους πελάτες, σε δυσχέρανση της διείσδυσης στην αγορά και στην αύξηση των εμποδίων εισόδου στην εθνική αγορά, η συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δύναται να επηρεάσει αισθητά το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών κατά την έννοια των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού, ανεξαρτήτως μάλιστα της πραγματικής επίπτωσης στις διασυνοριακές ροές αγαθών και υπηρεσιών[307] και συνεπώς τυγχάνει εφαρμογής το άρθρο 102 ΣΛΕΕ στην παρούσα υπόθεση.

VIII. ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

---

[305] Βλ. αναλυτικά ανωτέρω Εισαγωγή Κεφάλαιο ΙΙ.1

[306] Βλ. σχετικά παρ. 827 του Υπομνήματος της ΑΖ και παρ. 78 επ. και δη 92 επ. αντίκρουσης ΑΖ της 14.03.2014 επί του υπομνήματος της Μύθος όπου η ΑΖ υποστηρίζει ότι δεν υφίσταται - πραγματικός ή δυνητικός - επηρεασμός του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών της Ένωσης και συνεπώς δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις εφαρμογής του ά. 102 ΣΛΕΕ.

[307] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π. παρ. 47.

255 Κατά πάγια νομολογία, τα στοιχεία απόδειξης μίας αντιανταγωνιστικής πρακτικής πρέπει να αξιολογούνται ως σύνολο και όχι μεμονωμένα. Δεν είναι, έτσι, αναγκαίο το κάθε ένα από τα διαθέσιμα αποδεικτικά στοιχεία να ικανοποιεί τις προϋποθέσεις απόδειξης κάθε πτυχής (συστατικού στοιχείου) της παράβασης. Αρκεί ότι όλα τα στοιχεία, συνεκτιμώμενα ως σύνολο, πληρούν αυτές τις προϋποθέσεις απόδειξης της παράβασης[308]. Περαιτέρω, στις περισσότερες περιπτώσεις, η ύπαρξη θίγουσας τον ανταγωνισμό πρακτικής πρέπει να συναχθεί από έναν ορισμένο αριθμό συμπτώσεων και ενδείξεων οι οποίες, συνολικά θεωρούμενες, μπορούν να αποτελέσουν, ελλείψει άλλης εύλογης εξήγησης, απόδειξη περί παράβασης των κανόνων ανταγωνισμού[309].

256 Συναφώς, κατά την έννοια των διατάξεων του Κώδικα Διοικητικής Δικονομίας, το διοικητικό δικαστήριο, προκειμένου να εκφέρει κρίση ως προς τη διάπραξη της παράβασης των κανόνων του ανταγωνισμού που απέδωσε η Επιτροπή σε προσφεύγουσα επιχείρηση, θα πρέπει να σχηματίσει πλήρη και βέβαιη δικανική πεποίθηση, χρησιμοποιώντας τα επιτρεπόμενα από τον εν λόγω Κώδικα αποδεικτικά μέσα, μεταξύ των οποίων είναι και τα δικαστικά τεκμήρια, περί της συνδρομής των κρίσιμων πραγματικών περιστατικών, μετά από συνολική εκτίμηση των στοιχείων του φακέλου της υπόθεσης[310]. Εξάλλου, εκδηλώσεις συμπεριφοράς που παρέχουν ευθέως ενδείξεις για την ύπαρξη και το περιεχόμενο μιας αντιανταγωνιστικής πρακτικής μπορεί να είναι, μεταξύ άλλων, εγγραφές και στοιχεία από τα εμπορικά ή φορολογικά βιβλία των επιχειρήσεων, εσωτερικά έγγραφα, ανακοινώσεις, αλληλογραφία, και εν γένει κάθε μορφής δήλωση ή ανακοίνωση βούλησης ή παράστασης. Μονομερείς δηλώσεις ή ανακοινώσεις μιας επιχείρησης μπορεί κι αυτές να είναι ένδειξη συμμετοχής σε μία σύμπραξη, όπως άλλωστε και μονομερείς δηλώσεις ή ανακοινώσεις άλλης επιχείρησης που απευθύνονται προς αυτήν, εφόσον η επιχείρηση δεν αποστασιοποιήθηκε ρητά.

257 Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, οι άμεσες έγγραφες αποδείξεις που προέρχονται από έναν ή περισσότερους συμμετέχοντες στην πρακτική με περιοριστικό του ανταγωνισμού περιεχόμενο συνιστούν αξιόπιστα αποδεικτικά μέσα για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης. Ειδικότερα, αποδεικτικά μέσα, τα οποία συντάχθηκαν σε ανύποπτο, και σύγχρονο με τη διενέργεια των παραβατικών συμπεριφορών, χρόνο (contemporaneous documents in tempore non suspecto) έχουν αυξημένη αποδεικτική αξία. Με βάση τις γενικές αρχές, το γενονός ότι τα έγγραφα που χρησιμοποιούνται προς στοιχειοθέτηση της παράβασης συντάχθηκαν χωρίς ο/οι συντάκτης/-ες τους να είχαν την υποψία ότι θα

---

[308] Βλ. απόφαση ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 1939/2013, απόφαση ΕΑ 563/2013 σκ. 92 επ., καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ C-48/69 ICI κατά Επιτροπής, σκ. 68, ΔΕΚ C-204/00P επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 57, ΠΕΚ Τ-305/94 PVC II, σκ. 768-778, η οποία επικυρώθηκε από το ΔΕΚ (C-238 P/99), ΠΕΚ Τ-67/00 επ. JFE Engineering, σκ. 180, ΠΕΚ Τ-109/02 επ. Bollore κατά Επιτροπής, σκ. 155, ΠΕΚ Τ-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, σκ. 107, καθώς και ΠΕΚ Τ-54/03 Lafarge κατά Επιτροπής, σκ. 56 και 271.

[309] Βλ. απόφαση ΔΕΚ C-204/00P επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 57, ΔΕΚ C-105/04P FEG κατά Επιτροπής, σκ. 135, ΔΕΚ C-403/04, 405/04P Sumitomo Metal Industries and Nippon Steel κατά Επιτροπής, σκ. 51, καθώς και ΠΕΚ Τ-54/03 Lafarge κατά Επιτροπής, σκ. 452.

[310] Βλ. ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4-7 και ΕΑ563/2013 (καρτέλ πτηνοτροφίας παρ. 93). Περαιτέρω, οι σχετικοί αποδεικτικοί κανόνες στο πλαίσιο της διοικητικής διαδικασίας δεν παραβιάζουν το κατοχυρούμενο από το άρθρο 6 παρ. 2 της ΕΣΔΑ τεκμήριο αθωότητας. Κατά μείζονα δε λόγο η διάταξη αυτή δεν επιβάλλει την επέκταση στις διοικητικές κυρώσεις των κανόνων, μέσων, κριτηρίων και επιπέδου απόδειξης που εφαρμόζονται στην ποινική δίκη: βλ. απόφαση ΣτΕ 2780/2012, σκ. 8.

έπεφταν στα χέρια τρίτων προσώπων ή των διωκτικών αρχών, τους προσδίδει ιδιαίτερη σημασία[311]. Εξάλλου, οι μαρτυρίες προσώπων που είχαν άμεση γνώση των πραγματικών περιστατικών έχουν, καταρχήν, ιδιαίτερα μεγάλη αποδεικτική αξία[312]. Συναφώς, έγγραφα (πρακτικά και σημειώσεις) συναντήσεων, στις οποίες υιοθετήθηκαν πρακτικές θίγουσες τον ανταγωνισμό, θεωρούνται αυξημένης αποδεικτικής ισχύος, όταν ο συντάκτης τους είχε μετάσχει αυτοπροσώπως στις εν λόγω συναντήσεις[313]. Αυτό δεν σημαίνει ότι τυχόν ενοχοποιητικές μαρτυρίες από πρόσωπα που δεν είχαν άμεση γνώση των πραγματικών περιστατικών θα πρέπει να θεωρούνται κατ' ανάγκη μειωμένης αποδεικτικής αξίας[314].

258 Η απουσία ημερομηνίας ή υπογραφής από ένα έγγραφο, ή το γεγονός ότι είναι κακογραμμένο ή περιληπτικό, δεν αφαιρεί από το εν λόγω έγγραφο αποδεικτική ισχύ, εφόσον η προέλευσή του, η πιθανή χρονολογία του και το περιεχόμενό του μπορούν να καθοριστούν με αρκετή βεβαιότητα[315]. Επίσης, δηλώσεις που αντίκεινται στα συμφέροντα του δηλούντος πρέπει, καταρχήν, να θεωρούνται ως ιδιαιτέρως αξιόπιστα αποδεικτικά στοιχεία[316]. Περαιτέρω, καμία διάταξη ή γενική αρχή του ενωσιακού δικαίου δεν απαγορεύει στις αρχές ανταγωνισμού να επικαλούνται εναντίον μιας επιχείρησης τυχόν δηλώσεις άλλων κατηγορουμένων επιχειρήσεων. Αν δεν ίσχυε αυτό, το βάρος της απόδειξης των συμπεριφορών που αντιβαίνουν στους κανόνες ανταγωνισμού, το οποίο φέρουν οι αρχές ανταγωνισμού, θα ήταν δυσβάστακτο και ασυμβίβαστο προς την αποστολή της επιτήρησης της καλής εφαρμογής των διατάξεων αυτών, που τους έχει ανατεθεί[317]. Στο ίδιο πλαίσιο, έγγραφα στοιχεία που εντοπίστηκαν κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου που διενεργήθηκε στα γραφεία μίας επιχείρησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως απόδειξη κατά άλλης επιχείρησης, ακόμη κι αν η τελευταία δεν μνημονεύεται ρητώς στο σχετικό έγγραφο[318]. Συναφώς, το γεγονός ότι τα εις βάρος μίας επιχείρησης έγγραφα δεν βρέθηκαν στους χώρους της δεν θέτει υπό αμφισβήτηση την αποδεικτική τους αξία[319].

---

311 Βλ. Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Vesterdorf, όπως υιοθετήθηκαν στις συνεκδ. υποθέσεις T-1/89 κλπ. Rhone-Poulenc SA κ.αλ. κατά Επιτροπής, κεφάλαιο I.E.4. Βλ. απόφαση ΕΑ 563/2013 (πτηνοτροφία).

312 Βλ. Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Vesterdorf, όπως υιοθετήθηκαν στις συνεκδ. υποθέσεις T-1/89 κλπ. Rhone-Poulenc SA κ.αλ. κατά Επιτροπής, σελ. II-956-7.

313 Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-67/00 JFE Engineering Corp κατά Επιτροπής, σκ. 207.

314 Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-67/00 JFE Engineering Corp κατά Επιτροπής, σκ. 299.

315 Βλ. απόφαση ΠΕΚ T-56/99 Marlines κατά Επιτροπής, σκ. 57, ΠΕΚ T-305/94 κλπ.Limburgse Vinyl Maatschaapij κ.αλ. κατά Επιτροπής (PVC II), σκ. 667, ΠΕΚ T-303/02 Westfalen Gassen Nederland κατά Επιτροπής, και ΠΕΚ T-11/89 Shell κατά Επιτροπής σκ. 86.

316 Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-67/00 JFE Engineering Corp κατά Επιτροπής, σκ. 211.

317 Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-305/94 κλπ.Limburgse Vinyl Maatschaapij κ.αλ. κατά Επιτροπής (PVC II), σκ. 109 και 512 (επιβεβαιώθηκε από το ΔΕΚ, απόφαση C-238/99 P), καθώς και ΠΕΚ T-67/00 JFE Engineering Corp κατά Επιτροπής, σκ. 192.

318 Βλ. απόφαση ΠΕΚ T-59/99 Ventouris Group Enterprises SA κατά Επιτροπής, σκ. 91 (όπου και παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία). Ομοίως, το γεγονός ότι δεν γίνεται μνεία της επωνυμίας μιας επιχειρήσεως σε ένα έγγραφο που αφορά συμφωνία δεν συνεπάγεται την άρνηση της συμμετοχής της στη συμφωνία αυτή, εφόσον η εν λόγω συμμετοχή αποδείχθηκε ήδη με άλλα έγγραφα και εφόσον αυτή η έλλειψη μνείας δεν μπορεί να προσδώσει διαφορετική έννοια στις άμεσες έγγραφες αποδείξεις που χρησιμοποίησε η Επιτροπή για να αποδείξει τη συμμετοχή της επιχειρήσεως στη συμφωνία.

319 Βλ. ενδεικτικά T-56/99 Marlines κατά Επιτροπής, σκ. 57 (όπου και παραπομπές σε εκτενέστερη νομολογία). Οι αρχές ανταγωνισμού μπορεί να στηριχθούν, προς απόδειξη της συμπεριφοράς μιας επιχείρησης, στην αλληλογραφία μεταξύ τρίτων και, συνεπώς, είναι αδιάφορο το εάν κατά τη διάρκεια των ελέγχων που διενεργήθηκαν στους χώρους της επιχείρησης δεν βρέθηκε κανένα έγγραφο αποσταλέν από αυτήν: υπό αυτή την έννοια βλ. απόφαση ΠΕΚ T-305/94 κλπ. Limburgse Vinyl Maatschappij κ.αλ. κατά Επιτροπής, σκ. 667. Βλ. απόφαση ΕΑ 563/2013.

259 Αντιστρόφως, οι ένορκες βεβαιώσεις, οι εκ των υστέρων προσκομιζόμενες δηλώσεις διάψευσης προηγούμενων μαρτυριών εκ μέρους πελατών της καθ' ης και οι απαντήσεις στα ερωτηματολόγια της καθ' ης, οι οποίες προκύπτει (λόγω της αναφοράς τους σε εξειδικευμένα στοιχείων του φακέλου της υπόθεσης που περιέχουν ή εκ της φύσεώς τους ή λόγω ρητής αναφοράς ότι συντάχθηκαν ενόψει και για χρήση στην παρούσα διαδικασία ή επειδή αποτελούν απάντηση σε προδιατυπωμένα ερωτηματολόγια της καθ' ης) ότι συντάχθηκαν σε συνεννόηση με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, λαμβάνοντας υπόψη την ασθενέστερη διαπραγματευτική θέση και την άμεση και έμμεση πίεση την οποία μπορεί να υφίστανται οι μάρτυρες, πολλοί εκ των οποίων έχουν συναλλακτική σχέση με την καθ' ης, σταθμίζονται ως υποδεέστερα σε σχέση με αυθόρμητες, σύγχρονες της παράβασης μαρτυρίες κατά τα ανωτέρω, ιδίως σταθμίζοντας το σύνολο των λοιπών στοιχείων[320].

260 Σημειώνεται, τέλος, ότι, επειδή η απαγόρευση συμμετοχής σε πρακτικές θίγουσες τον ανταγωνισμό, καθώς και οι κυρώσεις που δύνανται να επιβληθούν στους παραβάτες, είναι σε όλους γνωστές, είναι σύνηθες να αναπτύσσονται μυστικά και συγκεκαλυμμένα οι δραστηριότητες αυτές και να περιορίζονται στο ελάχιστο τα συναφή έγγραφα[321]. Ακόμη και όταν αποκαλύπτονται στοιχεία, τα οποία πιστοποιούν ρητώς παράνομες επαφές μεταξύ των επιχειρηματιών, όπως τα πρακτικά μιας συνάντησης, τα στοιχεία αυτά είναι συνήθως αποσπασματικά και διασκορπισμένα, οπότε κατά τη νομολογία είναι συχνά απαραίτητη η ανασύσταση ορισμένων λεπτομερειών διά της επαγωγής[322, 323].

261 Εν προκειμένω, πρέπει να σημειωθεί προκαταρκτικά ότι η πρακτική της αποσιώπησης αποτυπώνεται συγκεκριμένα ως πολιτική της ΑΖ (πολιτική " […]"[324])[325] και ότι, ενόψει των εν συνεχεία εκτιθέμενων ανακύπτουν ιδιαίτερες ανησυχίες εκ του γεγονότος ότι μια επιχείρηση του μεγέθους της Αθηναϊκής προβαίνει συστηματικά σε χορήγηση εξαιρετικά υψηλών παροχών χωρίς σύμβαση[326] και χωρίς συναφώς να προκύπτει η αιτία της χορήγησής τους, ούτε διαφάνεια και βεβαιότητα για τον

---

320 Βλ. Απόφαση ΕΑ 309/V/2006 σελ. 20 «Κατά την κρίση της Επιτροπής, οι ένορκες βεβαιώσεις αυτές, πανομοιότυπα συνταχθείσες, προφανώς, καθ΄ υπαγόρευση της έχουσας δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά Coca-Cola(3E) και υπογραφείσες, ως εκ τούτου λόγω της ασθενέστερης διαπραγματευτικής θέσης και φόβου των πελατών […] δεν πείθουν και δεν μπορούν να ανατρέψουν τις παραπάνω παρατεθείσες καταθέσεις των εξετασθέντων ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού μαρτύρων» καθώς και Απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 80.

321 Βλ. απόφαση ΔΕΚ C-204/00P επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 55 και 56, καθώς και απόφαση ΠΕΚ Τ-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, σκ. 106.

322 Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ C-204/00, ό.π, σκ. 55-56 και ΕΑ563/VII/2013 (καρτέλ πτηνοτροφίας παρ. 97).

323 Κατά πάγια νομολογία, η αναγραφή σε έγγραφα π.χ. πρακτικά, χειρόγραφες σημειώσεις, ηλεκτρονικά μηνύματα κ.λπ. της ημερομηνίας της στρεφόμενης εξ αντικειμένου κατά του ανταγωνισμού συνεδρίασης και των επιχειρήσεων που συμμετείχαν σε αυτή αποτελεί απόδειξη τόσο της συμμετοχής των επιχειρήσεων αυτών στη συνεδρίαση όσο και της λήψης των στρεφόμενων κατά του ανταγωνισμού αποφάσεων. Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ Τ-303/02, ό.π., σκ. 99-114.

324 Βλ. σχετικό Γ1 (ΓΕΝΙΚΟ ΜΕΡΟΣ) Υπομνήματος ΑΖ της 04.03.2014 με τίτλο «[…]», Διαφάνεια 6, όπου αναφέρεται: «[...])».

325 Όπως θα αναλυθεί στη συνέχεια, το γεγονός ότι κατά κανόνα οι συμφωνίες της ΑΖ με τα τελικά σημεία είναι προφορικές, [...].

326 Συναφώς βλ. και αναφορά της ανταγωνίστριας […]. ο […] της οποίας υπογραμμίζει τις τακτικές απόκρυψης των καταχρηστικών της πρακτικών που χρησιμοποιεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και ειδικότερα το γεγονός ότι δεν συνάπτει ιδιωτικά συμφωνητικά ή δεν χορηγεί αντίγραφα τέτοιων συμφωνιών στις αντισυμβαλλόμενές της επιχειρήσεις - ιδίως τελικά σημεία, ενώ αποδίδει τις συμφωνηθείσες παροχές με «πλάγιους» τρόπους όπως π.χ. με τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών ή με πιστωτικό σημείωμα από τον χονδρέμπορο που τροφοδοτεί τα καταστήματα (ένορκη κατάθεση του […] υπ' αρ. 1528/22.02.2012, την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία).

αντισυμβαλλόμενο[327].

IX. Η ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ

Άποψη της καθ' ης σχετικά με την κατοχή δεσπόζουσας θέσης

262 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει[328] ότι δεν υπάρχουν νομικά ή πραγματικά εμπόδια τα οποία να εμποδίζουν την είσοδο εταιριών στην αγορά ζύθου και επικαλείται ότι [...]».

263 Περαιτέρω, στο από 04.03.2014 υπόμνημά της επί της Εισήγησης η ΑΖ υποστηρίζει ότι η διατήρηση των τιμών της ΑΖ, η διαχρονική πτώση των μεριδίων της, η είσοδος νέων ανταγωνιστών και η επέκταση των υφιστάμενων καταδεικνύουν ότι δεν υπάρχουν πραγματικά εμπόδια εισόδου. Η ΑΖ επικαλείται την Ανακοίνωση της Επιτροπής *«Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις»* για να υποστηρίξει ότι προκειμένου να συναχθούν συμπεράσματα σχετικά με την ύπαρξη ή μη δεσπόζουσας θέσης λαμβάνονται υπόψιν παράγοντες όπως η δυνατότητα της εξεταζόμενης επιχείρησης να αυξάνει επικερδώς τις τιμές της σε επίπεδο υψηλότερο εκείνου που αντιστοιχεί στον ανταγωνισμό επί σημαντικό χρονικό διάστημα, καθώς αυτό αποδεικνύει ότι δεν αντιμετωπίζει επαρκώς αποτελεσματικούς ανταγωνιστικούς περιορισμούς[329].

264 Η ΑΖ αναγνωρίζει ότι πρέπει σχετικώς να λαμβάνεται υπ' όψιν η θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης και των ανταγωνιστών της στην αγορά, και, επιπλέον, το γεγονός της πραγματικής ή δυνητικής εισόδου ανταγωνιστών στην αγορά, καταλήγει δε στο συμπέρασμα ότι η ΑΖ δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση σε αυτήν.

265 Ειδικότερα, η ΑΖ υποστηρίζει ότι δεν αύξησε τις τιμές της σε επίπεδα ανώτερα από αυτά που αντιστοιχούν στον ανταγωνισμό, και ότι οι αυξήσεις που έγιναν ήταν μόνον τιμαριθμικές [...]. Υποστηρίζει επίσης ότι η ΑΖ δεν αύξησε τις τιμές της «επικερδώς» και δη *«επί σημαντικό χρονικό διάστημα»*, όπως θα είχε τη δυνατότητα να πράξει εάν κατείχε δεσπόζουσα θέση.

266 Η ΑΖ επικαλείται επίσης διαχρονική πτώση των μεριδίων της ΑΖ και αύξηση των μεριδίων των ανταγωνιστών και ισχυρίζεται ειδικότερα ότι η εξέλιξη των μεριδίων αγοράς της ΑΖ και των αντίστοιχων των ανταγωνιστών της αίρουν κάθε αμφιβολία για το γεγονός ότι η ΑΖ δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, δεδομένου ότι [...][330],[...]. Η ΑΖ μάλιστα υποστηρίζει ότι εάν είχε τόση

---

[327] Μάλιστα το γεγονός αυτό το παραδέχεται και η ΑΖ στο υπόμνημά της της 04.03.2014 στην ενότητα για τα key accounts, όπου αναφέρει ότι δεν υπάρχουν εκεί προφορικές συμφωνίες και ότι δεν καταλείπεται τέτοιο περιθώριο μεταξύ εταιριών αυτού του μεγέθους, πολλές μάλιστα εκ των οποίων ανήκουν σε πολυεθνικούς ή ισχυρούς εγχώριους ομίλους που λειτουργούν με διαφανείς και αυστηρές διαδικασίες ανάθεσης προμηθειών και σύναψης συνεργασιών.

[328] Βλ. και υποβολή ΑΖ υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.7.2005.

[329] Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, Ε (2009), 864 τελικό, σκέψη 11.

[330] [...].

ισχύ στην αγορά ώστε να συμπεριφέρεται ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της δεν θα έχανε μερίδια αγοράς και μάλιστα σε τέτοιο βαθμό, αλλά θα φρόντιζε να μειωθούν και, σε κάθε περίπτωση, να μην αυξηθούν τα μερίδια αγοράς τους[331].

267 Περαιτέρω, η ΑΖ επικαλείται σε σχέση με την πραγματική ή δυνητική είσοδο ανταγωνιστών, ότι αντιμετώπιζε και εξακολουθεί να αντιμετωπίζει σημαντική αντισταθμιστική ισχύ από τους ανταγωνιστές της, όχι μόνον λόγω «δυνητικής», αλλά λόγω πραγματικής εισόδου και επέκτασής τους στην αγορά, η οποία παρουσιάζεται με όλο μεγαλύτερη συχνότητα, ιδιαίτερα από το 2005 (κατά την ΑΖ, τα τελευταία οκτώ χρόνια εισήλθαν στην αγορά οι εξής ζυθοποιίες: Πειραϊκή Μικροζυθοποιία (2005), Κερκυραϊκή Μικροζυθοποιία ΕΠΕ (2007), Κρητική Ζυθοποιία (2007), Septem Μικροζυθοποιία (2009), VAP Κούγιος ΑΕ (2009), Μεσσηνιακή Μικροζυθοποιία ΕΠΕ (2009), Santorini Brewing Co (2011), Ζυθοποιία Χίου (2012), Firstlomax Μονοπρόσωπη ΕΠΕ (2012), Ελληνική Ζυθοποιία Ρόδου ΑΕ (2012), Μικροζυθοποιία Κυκλάδων (2013), Status (2013), Εξέλιξη ΑΕ (2013) κλπ). Τα μερίδια ωστόσο των εν λόγω εταιριών εκτιμώνται σε πολύ χαμηλά επίπεδα[332].

268 Η ΑΖ αποδίδει σημασία στην περίπτωση της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, η οποία, κατόπιν αλλαγής διοίκησης και επανακυκλοφορίας του σήματος ΦΙΞ, το 2010 κατάφερε μέσα σε 3 μόλις χρόνια (2010-2013) να αποκτήσει μερίδιο αγοράς [...][333]. Εξ' αυτών η ΑΖ συνάγει ότι η είσοδος και επέκταση ανταγωνιστών στην Ελληνική αγορά ζύθου δεν είναι μόνον ευχερής «δυνητικά», αλλά πραγματικά, και ότι η ΑΖ δεν δύναται να ενεργεί ανεξαρτήτως των ανταγωνιστών της και των ανταγωνιστικών συνθηκών της αγοράς. Έτσι, κατά την ΑΖ, ελλείπουν τα στοιχεία που απαιτούνται για τη στοιχειοθέτηση δεσπόζουσας θέσης από την ΑΖ.

269 Εξάλλου, κατά την ΑΖ, η διαφημιστική δαπάνη δεν αποτελεί πραγματικό εμπόδιο εισόδου. Η ΑΖ αποδέχεται ότι η διαφημιστική δαπάνη μπορεί να θεωρηθεί ως πραγματικό εμπόδιο εισόδου για ένα νέο προϊόν (ή για κάποιον που επιθυμεί να αυξήσει τις πωλήσεις του χωρίς να χρησιμοποιήσει τα μέσα επικοινωνίας), αλλά επισημαίνει ότι δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις όπου νέα προϊόντα αποκτούν σημαντικά, αναλογικά, μερίδια στην αγορά χωρίς δαπανηρές διαφημίσεις, και, σε κάθε περίπτωση ο κανόνας της διατήρησης της καλής φήμης ενός προϊόντος μέσω της διαφήμισης δεν αποτελεί εξαιρετικό γεγονός το οποίο συναντάται μόνο στην αγορά ζύθου για να αναδειχθεί ως εμπόδιο εισόδου στην εν λόγω αγορά.

270 Επίσης, κατά την ΑΖ, δεν υφίστανται δυσχέρειες πρόσβασης στα δίκτυα διανομής εξαιτίας πρακτικών της ΑΖ και δεν υπάρχουν πραγματικά εμπόδια τα οποία να εμποδίζουν την είσοδο εταιριών στην αγορά ζύθου, θέση η οποία επιβεβαιώνεται από το βαθμό και τον ρυθμό εισόδου εταιριών στην αγορά ζύθου και την επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών. Η ΑΖ επικαλείται σχετικά και κάποιες από τις απόψεις ανταγωνιστών και θεωρεί ότι οι μόνες εταιρίες οι οποίες υποστηρίζουν τη θέση που

---

[331] Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι αυτή η θέση της ΑΖ ότι θα φρόντιζε να μειωθούν τα μερίδια των ανταγωνιστών είναι από μόνη της παραδοχή της επιθετικής στάσης της ΑΖ κατά των ανταγωνιστών της περί της οποίας βλ. κατωτέρω.
[332] Σύμφωνα με τις μελέτες τις Canadean ("Beer Service Market Insights 2010 Cycle", "Beer Service Market Insights 2012 Cycle" και "Beer Market Insights 2013 Cycle") το συνολικό μερίδιο αγοράς των ως άνω εταιριών εκτιμάται σε επίπδο μικρότερο του [5-15]%.
[333] [...].

διατυπώνεται στην Εισήγηση (παρ. 782, 1153) περί υπάρξεως φραγμών και εμποδίων εισόδου οφειλόμενων εν πολλοίς σε πρακτικές της ΑΖ, είναι η ΜΥΘΟΣ και η κατά 100% μητρική της εταιρία Carlsberg[334], [...]. Η ΑΖ υποστηρίζει ότι η σημαντική αύξηση των μεριδίων της Μύθος Ζυθοποιίας από το 2010 και μετά συνδέεται με την **αύξηση των επενδύσεών της** σε όλους τους τομείς και ειδικότερα στη διαφημιστική δαπάνη, καθώς και **με την αύξηση της γκάμας των προϊόντων της** και εξ αυτού συνάγει ότι εφόσον γίνουν οι κατάλληλες επενδύσεις και οι κατάλληλες επιχειρηματικές επιλογές, η διείσδυση στην αγορά είναι απρόσκοπτη. Η ΑΖ άλλωστε επικαλείται ότι [335] [...][336] [...].

271 Σύμφωνα με την ΑΖ, αντίστοιχα ισχύουν ως προς τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, [...].

272 Από αυτά η ΑΖ, στο από 04.03.2014 υπόμνημά της επί της Εισήγησης, συνάγει ότι δεν υπήρξαν και δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου στην αγορά της ζύθου.

Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ

273 Η ΑΖ επικαλείται εξάλλου την Οικονομική Ανάλυση του τεχνικού της συμβούλου[337] προκειμένου να καταδείξει ότι υπάρχουν περιορισμοί λόγω των υφιστάμενων ανταγωνιστών και να αμφισβητήσει τη δεσπόζουσα θέση ΑΖ. Σύμφωνα με αυτήν, με επίκληση της Ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ως προς τις προτεραιότητές της κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ (νυν 102 ΣΛΕΕ) σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις (και βιβλιογραφίας στη βιομηχανική οργάνωση), *«τα μερίδια αγοράς παρέχουν ένα χρήσιμο πρώτο δείκτη»*, μία ένδειξη και δεν μπορεί να αποτελεί απόδειξη ότι η επιχείρηση με το υψηλότερο μερίδιο αγοράς είναι κατ' ανάγκη η επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, ενώ επίσης, η εξέταση των μεριδίων αγοράς δεν θα πρέπει να είναι στατική, αλλά δυναμική, και να αφορά το επίπεδο και την εξέλιξη των μεριδίων αγοράς στο χρόνο.

274 Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αποπειράται να καταδείξει ότι η διαχρονική εξέλιξη των μεριδίων αγοράς υποδηλώνει μία δυναμική αγορά. Αποδέχεται ως υψηλό το μερίδιο αγοράς της ΑΖ το 2001 ([…]%), αλλά υποστηρίζει ότι αποκλιμακώνεται σταθερά κατά την διάρκεια της περασμένης δεκαετίας και ότι η θέση της ΑΖ ως του μεγαλύτερου προμηθευτή μειώθηκε σημαντικά. Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σημειώνει ότι οι βασικοί ανταγωνιστές της ΑΖ καταγράφουν θετική τάση κατά την περασμένη δεκαετία και ιδίως η Ολυμπιακή Ζυθοποιία, εισέρχεται στην αγορά το 2009 και καρπώνεται σχεδόν το […]% της αγοράς σε μόλις τρία χρόνια. Έτσι, η τάση συγκέντρωσης εμφανίζει αρνητική κλίση καθ' όλη τη διάρκεια των ετών 2001-2012 (και η μείωση της συγκέντρωσης στην Ελληνική αγορά εμφανίζει αντίθετη ροπή με την παγκόσμια αγορά, όπου η συγκέντρωση έχει αυξηθεί την περίοδο 2000-2012).

275 Επίσης, κατά την Οικονομική Ανάλυση ΑΖ, τα επίπεδα ελαστικότητας των τιμών υποδεικνύουν την απουσία σημαντικής μονοπωλιακής δύναμης. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της οικονομετρικής της ανάλυσης που χρησιμοποιεί εκτιμήσεις για την ελαστικότητα της ζήτησης και την υποκαταστασιμότητα

---

[334] [...].
[335] [...].
[336] [...].
[337] Την οποία προσκόμισε με το από 04.03.2014 υπόμνημά της.

των προϊόντων μπίρας βάσει του υποδείγματος «Σχεδόν Ιδανικού Συστήματος Ζήτησης»[338], «*ο πιο σημαντικός ανταγωνιστής της ΑΖ στην κατηγορία mainstream είναι η* [...] *με δεύτερη* [...], *ενώ στην κατηγορία premium ο ισχυρότερος ανταγωνιστής της φαίνεται να είναι η* [...] *με δεύτερη* [...]».

276 Βάσει των ανωτέρω η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ καταλήγει ότι η ΑΖ αντιμετωπίζει σημαντικό ανταγωνισμό στην αγορά μπίρας και δεν μπορεί να συμπεριφέρεται «ανεξάρτητα» από τους ανταγωνιστές της και ότι μία πιθανή αύξηση των τιμών της θα οδηγήσει πολλούς καταναλωτές της στον ανταγωνισμό εξαιτίας της υψηλής υποκαταστασιμότητας των προϊόντων μπίρας τόσο στην κατηγορία mainstream όσο και στην κατηγορία premium.

277 Ωστόσο, πέραν του ζητήματος της λυσιτέλειάς τους, αναφορικά με τα ανωτέρω αποτελέσματα των οικονομετρικών εκτιμήσεων της ΑΖ σημειώνονται επιπλέον τα ακόλουθα:

i)Η οικονομική ανάλυση της ΑΖ βασίσθηκε στην ανάλυση [...] για το διαχωρισμό της αγοράς. Με βάση τα αποτελέσματα της ανάλυσης, ισχυρότερος ανταγωνιστής της ΑΖ στην κατηγορία premium φαίνεται να είναι η [...] με το σήμα [...]. Ωστόσο, κατά ομολογία και της ίδιας της ΑΖ[339], για τους σκοπούς της ανάλυσης λανθασμένα χρησιμοποιήθηκε το σήμα [...]της [...] στην κατηγορία premium δεδομένου ότι κατατάσσεται στην κατηγορία [...] μπίρας. Ως εκ τούτου, τα αποτελέσματα της οικονομικής ανάλυσης παρουσιάζουν αστοχία.

ii)Γενικότερα επισημαίνεται ότι ο τρόπος διαχωρισμού της αγοράς που πραγματοποιείται εν γένει για τις ανάγκες της ανάλυσης του «Σχεδόν Ιδανικού Συστήματος Ζήτησης» υπόκειται σε κριτική, ενώ η ΑΖ δεν αναφέρει αν προέβη σε και σε ποιο τεστ για να επαληθεύσει την ορθότητα του διαχωρισμού που λήφθηκε υπόψη για τους σκοπούς της ανάλυσης[340].

iii)Αναφορικά δε με το συμπέρασμα της οικονομικής ανάλυσης της ΑΖ σύμφωνα με το οποίο η εν λόγω εταιρία *«αντιμετωπίζει σημαντικό ανταγωνισμό στην αγορά μπίρας και δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να συμπεριφέρεται "ανεξάρτητα" από τους ανταγωνιστές της»* επισημαίνεται ότι, σύμφωνα με πάγια

---

[338] Βάσει του «Σχεδόν Ιδανικού Συστήματος Ζήτησης» (Almost Ideal Demand System -AIDS model) για διαφοροποιημένα προϊόντα, όπως αυτό αναπτύχθηκε από τους Deaton και Muellbauer (1980), Hausman, Leonard και Zona (1994) και Hausman και Leonard (2002). Η βασική θέση του εν λόγω υποδείγματος βασίζεται στο διαχωρισμό της ζήτησης σε τρία επίπεδα. Το ανώτερο επίπεδο του συστήματος αντιστοιχεί στη συνολική ζήτηση για μπύρα. Το μεσαίο επίπεδο του συστήματος εκτιμά τη ζήτηση μεταξύ διάφορων τμημάτων της αγοράς (mainstream, premium). Τέλος, στο κατώτερο επίπεδο το υπόδειγμα εκτιμά τη ζήτηση για τις διάφορες μάρκες μπίρας. Το κατώτερο επίπεδο καθορίζει την αγοραστική συμπεριφορά σε σχέση με τις μάρκες, με βάση τη συνολική δαπάνη για μπίρα που έχει κατανεμηθεί σύμφωνα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών, αφού σε προγενέστερο στάδιο έχουν επιλέξει να καταναλώσουν μπίρα (και όχι κάποιο υποκατάστατο όπως κρασί ή ούζο) είτε απλής είτε ανώτερης ποιότητας (δεύτερο επίπεδο). Το μεσαίο επίπεδο συνδέει τη συνολική δαπάνη για το κάθε τμήμα με τους δείκτες τιμών για το κάθε τμήμα, τη συνολική δαπάνη για μπύρα και τις μεταβλητές που ελέγχουν την επίδραση του χρόνου. Στο ανώτερο επίπεδο ζήτησης, η συνολική δαπάνη για μπίρες καθορίζεται ως συνάρτηση του συνολικού δείκτη τιμών μπιρών, του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών και των μεταβλητών που ελέγχουν την επίδραση του χρόνου. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται στην εκτίμηση είναι εβδομαδιαία στοιχεία ανά κωδικό προϊόντος σε τρεις περιοχές στην Ελλάδα (Αττική, Θεσσαλονίκη και υπόλοιπη Ελλάδα) για την περίοδο 2004-2012 και για τις μεγαλύτερες αλυσίδες σούπερ μάρκετ.

[339] Βλ. Πρακτικά της Ακροαματικής Διαδικασίας που έλαβε χώρα στις 15 Απριλίου 2015, σελ. 63-65.

[340] Βλ. και «Econometric Evidence in EU Competition Law: an empirical and theoretical analysis», Ioannis Lianos – Christos Genakos, 6/2012. Βλ. και μελέτη των *Hausman, Leonard* και *Zona* (1994) υπάρχει σχετικό κεφάλαιο σχετικά με τις αντιλήψεις του marketing και την τμηματοποίηση της αγοράς.

νομολογία, η ύπαρξη ανταγωνισμού, έστω και έντονου, σε συγκεκριμένη αγορά δεν αποκλείει την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσεως στην ίδια αυτή αγορά, εφόσον η εν λόγω θέση χαρακτηρίζεται κυρίως από την ικανότητα της επιχειρήσεως να συμπεριφέρεται χωρίς να λαμβάνει υπόψη τον ανταγωνισμό αυτό στη στρατηγική αγοράς που υιοθετεί (απόφαση Hoffmann – La Roche κατά Επιτροπής, σκέψη 70· βλ. επίσης υπό την έννοια αυτή, απόφαση 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, σκέψεις 108 έως 129). Επομένως, η ενδεχόμενη ύπαρξη ανταγωνισμού στην αγορά δεν είναι, αφ' αευτής, καθοριστικό επί του σημείου αυτού στοιχείο (απόφαση Τ – 340/03 France Telecom κατά Επιτροπής – Συλλογή 2007, σ. ΙΙ-107, σκ. 101). Στην υπό κρίση αγορά, η ΑΖ κατέχει μεν πολλαπλάσιο μερίδιο αγοράς σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της, δεν αποτελεί ωστόσο μονοπωλιακή επιχείρηση με μηδενικό ρίσκο έναντι της υποκατάστασης των προϊόντων της από σήματα του ανταγωνισμού. Αντιθέτως, όπως προκύπτει και από τις ίδιες τις εκτιμήσεις που παρατίθενται στην Οικονομική Ανάλυση της ΑΖ[341], τα σήματα της εν λόγω εταιρίας εμφανίζουν κατά κύριο λόγο τη λιγότερο ελαστική ζήτηση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

278 Η οικονομική ανάλυση ΑΖ αναγνωρίζει ότι στη δεκαετία του 1980 η ΑΖ κέρδισε μερίδιο αγοράς από τους ανταγωνιστές της και ότι «παίζοντας ουσιαστικά χωρίς αντίπαλο» κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990 είδε το μερίδιο αγοράς της να αυξάνει στο μέγιστο σημείο. Υποστηρίζει ωστόσο ότι από εκεί και πέρα, αρχικά η Μύθος και αργότερα άλλες μικρο-ζυθοποιίες ή εισαγωγικές εταιρείες και τελευταία η Ολυμπιακή Ζυθοποιία εισήλθαν στην αγορά πραγματοποιώντας σημαντικές επενδύσεις και κερδίζοντας σημαντικό μερίδιο αγοράς. Έτσι, κατά την ΑΖ το μεγάλο αρχικό μερίδιο αγοράς της ήταν μία ιστορική σύμπτωση της ισχυρής θέσης που η ΑΖ είχε δημιουργήσει στην αγορά λόγω των επενδύσεών της και της ανυπαρξίας άλλων σημαντικών ανταγωνιστών που να έχουν επενδύσει ανάλογα.

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΜΕΡΙΔΙΩΝ ΑΓΟΡΑΣ ΣΕ ΟΓΚΟ (1950-2012)

[...]

279 Η οικονομική ανάλυση ΑΖ παρουσιάζει το ανωτέρω γράφημα προς στήριξη των επιχειρημάτων της. Ωστόσο, παρεμπιπτόντως, πρέπει να σημειωθεί ότι ακόμη και με βάση τα στοιχεία (μερίδια αγοράς σε όγκο βασισμένα στον ειδικό φόρο κατανάλωσης) που επικαλείται από τον ως άνω πίνακα η ΑΖ, προκύπτει ευχερώς ότι από τουλάχιστον το 1980 έως τουλάχιστον και το 2011 (σε αυτό το χρονικό διάστημα 13 έτη ανήκουν στην επίδικη περίοδο) η καθ' ης κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [55-65]% και μέσα σε αυτή την περίοδο για περίοδο περίπου μίας δεκαετίας κατείχε μερίδια αγοράς άνω του [75-85]%.

280 Περαιτέρω, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ τονίζει ότι στην Ελλάδα σήμερα παράγονται ή εισάγονται πάνω από 450 σήματα μπίρας που καλύπτουν όλο το εύρος των προτιμήσεων και τιμών και ότι 23 εταιρίες δραστηριοποιούνται στην αγορά της μπίρας είτε ως παραγωγικές είτε ως εισαγωγικές. Σε σχέση με το επιχείρημα αυτό, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν λαμβάνει πάντως υπόψιν ότι, και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι στην ελληνική αγορά κυκλοφορούν περισσότερα σήματα σήμερα (ο ισχυρισμός για 450 σήματα προέκυψε από τη συζήτηση ότι περιλαμβάνει καταργηθέντα σήματα και άρα είναι και ουσία αβάσιμος

[341] Βλ. σχετ. Πίνακα 1.5 της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ.

ενώ αποτυπώνει την εικόνα σε μία συγκεκριμένη χρονική στιγμή και όχι καθόλη την επίδικη περίοδο), πέραν αυτού, ιδίως, δεν αποτυπώνει το γεγονός ότι η μεγάλη πλειοψηφία αυτών των σημάτων δεν ανταποκρίνονται παρά σε ένα ελάχιστο ποσοστό της ζήτησης – όπως αναφέρει και ο ίδιος ο τεχνικός σύμβουλος της ΑΖ τα σήματα αυτά «[…]»[342]. Επίσης δεν λαμβάνει υπόψη ότι κατά την πλειονότητα των επίδικων ετών το μερίδιο αγοράς των δύο βασικών της σημάτων […] και […] ξεπερνούσε το ύψος του [65-75]% και δεδομένου ότι η καθ΄ης κατέχει για πολλά έτη μερίδιο αγοράς πάνω από [65-75]%, τα σήματά της και μόνο είναι αυτά που καταλαμβάνουν τα μεγαλύτερα μερίδια[343].

281 Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ υποστηρίζει ότι η επιτυχημένη της πορεία στην αγορά οφείλεται πρωτίστως στις σημαντικές επενδύσεις που έχει πραγματοποιήσει όλα αυτά τα χρόνια, παραδεχόμενη πάντως ότι όλες οι ανταγωνίστριες εταιρείες έχουν επίσης αυξήσει τις επενδύσεις τους.

282 Σχετικά παρατίθεται στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ ο ακόλουθος πίνακας με το ύψος των επενδύσεων εκ μέρους των ανταγωνιστριών εταιριών:

[...]

283 Ωστόσο, από την ανάλυση της ΑΖ δεν προκύπτει ο τρόπος με τον οποίο οι επενδύσεις της εν λόγω εταιρίας σε γη, εργοστάσια και κεφαλαιουχικό εξοπλισμό συνεισέφεραν στην υπεροχή του μεριδίου της πολλώ δε μάλλον εάν ληφθεί μάλιστα υπόψη ότι η ΑΖ παρά την οιαδήποτε επιπλέον αποτελεσματικότητά και μείωση κόστους που επέφεραν οι ανωτέρω επενδύσεις δεν εμφανίζεται να τιμολογεί αναλογικά χαμηλότερα από τον ανταγωνισμό[344]. Εξάλλου, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που παρά το σημαντικό ύψος επενδύσεων στο οποίο προέβησαν δεν κατάφεραν να εδραιωθούν στην αγορά.

284 Περαιτέρω, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ υποστηρίζει ότι επιβάλλονται περιορισμοί λόγω της διαπραγματευτικής ισχύος των πελατών της ΑΖ, αναφέρεται ωστόσο μόνο στα σούπερ μάρκετ και άρα σε αυτό το τμήμα της ζεστής αγοράς και δεν αναφέρεται στη χρονική περίοδο που αφορούσε η πρακτική στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης.

285 Κατά την ΑΖ, επίσης, η αύξηση της συγκέντρωσης των σούπερ μάρκετ έχει ως συνέπεια την αύξηση της διαπραγματευτικής τους δύναμης προς οποιονδήποτε προμηθευτή. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ, η συνεισφορά των σούπερ μάρκετ στις πωλήσεις της ΑΖ είναι [...] σε σύγκριση με τη συνεισφορά της ΑΖ στις πωλήσεις των σούπερ μάρκετ, πράγμα που κατ' αυτήν καταδεικνύει ότι η διαπραγματευτική ισχύς ανήκει στις αλυσίδες σούπερ μάρκετ και όχι στην ΑΖ.

286 Ωστόσο, δεδομένου ότι η μπίρα αποτελεί αναπόσπαστη κατηγορία πωλούμενων προϊόντων από ένα super market, η αντισταθμιστική ισχύς της ΑΖ θα πρέπει να αποτιμάται σε σχέση με τα λοιπά σήματα

342 Βλ. Πρακτικά 21ης Συνεδρ. ΕΑ της 14.4.2014, σ. 79.
343 Βλ. σχετ. τις μελέτες της CANADEAN για την ελληνική αγορά "The Beer Service Annual Report – 2003 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2005 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2006 Cycle", "The Beer Service Annual Report – 2008 Cycle", "Beer Service Market Insights 2010 Cycle", "Beer Service Market Insights 2012 Cycle", "Beer Market Insights 2013 Cycle" αλλά και σύμφωνα με την εκτίμηση της Canadean για το έτος 2013. Βλ. επίσης ανάλυση στη συνέχεια σχετικά με [...].
344 Όπως προκύπτει από την εξέταση των παρατιθέμενων τιμών πώλησης των σημάτων μπίρας στις επιμέρους αγορές επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης στις ως άνω μελέτες της Canadean.

μπίρας και όχι στο σύνολο των πωλούμενων προϊόντων. Σε αυτήν την περίπτωση, και λαμβάνοντας υπόψη τα σχετικά μερίδια αγοράς τα οποία και αντικατοπτρίζουν τις συγκριτικές αναλογίες στις πωλούμενες ποσότητες προκύπτει ότι η αντισταθμιστική ισχύς της ΑΖ έναντι των λιανεμπορικών επιχειρήσεων στην κατηγορία της μπίρας είναι πολύ σημαντική.

287 Επίσης η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν λαμβάνει υπόψη ότι κατά τα εν συνεχεία αναφερόμενα τα σήματα της ΑΖ είναι «must-stock», και επιπλέον, σε σχέση με το επιχείρημα της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ περί πρόσφατης συγκέντρωσης των σούπερ μάρκετ, αυτό δεν προβάλλεται λυσιτελώς δεδομένου ότι η πρακτική της ΑΖ σχετικά με το ικανοποιητικό μερίδιο ραφιού αναφέρεται στο έτος 2000 – περίοδος που δεν καταλαμβάνεται από την επικαλούμενη τάση συγκέντρωσης.

288 Εν συνεχεία, στην Προσθήκη Αντίκρουση της ΑΖ για τη Μύθος Ζυθοποιία (υπόμνημα της 14.03.2014), η ΑΖ επαναλαμβάνει[345], ότι η ζήτηση και οι προτιμήσεις του καταναλωτή καθόριζαν τον όγκο των πωλήσεων και, συναφώς, τα μερίδια αγοράς[346]. Η ΑΖ υποστηρίζει ότι είναι αντιφατικό να προβάλλεται ότι εφάρμοζε πρακτικές αποκλεισμού, και από την άλλη πλευρά ότι η ζήτηση των καταναλωτών, έστω και τα τελευταία 4-5 χρόνια, έχει αναδειχθεί σε καθοριστικό παράγοντα της θέσης των εταιριών ζύθου στην αγορά. Η ΑΖ αντικρούει ως αόριστο το επιχείρημα της καταγγέλλουσας ότι ως συνέπεια των επενδυτικών και λοιπών κινήσεών της, το ποσοστό που θα έπρεπε να έχει στην αγορά είναι πολλαπλάσιο αυτού που κατέχει (και, δεδομένου ότι δεν δέχεται ότι οι εξεταζόμενες πρακτικές είναι εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνισμού υποστηρίζει ότι θα έπρεπε να είχε διεξαχθεί υποθετικό σενάριο - αντιπαράδειγμα κατάστασης στην αγορά στην περίπτωση απουσίας των εν λόγω πρακτικών). Χαρακτηρίζει, δε, την (πάγια) νομολογία που δέχεται ότι τέτοιες πρακτικές είναι εγγενώς πιθανό να μειώσουν ή να παρεμποδίσουν την ανάπτυξη του ανταγωνισμού τυπολατρικές.

289 Επίσης, κατά την ΑΖ, η σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες είναι αλυσιτελής και αδόκιμη δεδομένου ότι σε αυτές τις αγορές επικρατούν διαφορετικές συνθήκες Επιπλέον, η ΑΖ προβάλλει ότι η πολιτική της ΑΖ παρέμεινε σταθερή για μεγάλη χρονική περίοδο, κατά τη διάρκεια της οποίας αφενός η μείωση των μεριδίων της ΑΖ δεν ήταν μικρή ή βραδεία (απώλεια μεριδίου της τάξεως του [...]% από το 2004 έως σήμερα, ή [...]% από το 1998 έως σήμερα), αφετέρου οι ανταγωνιστές της δεν περιθωριοποιήθηκαν ή αποχώρησαν, αλλά αντίθετα, όταν αποφάσισαν να γίνουν εξίσου αποτελεσματικοί με την ΑΖ, αύξησαν σημαντικά τα μερίδιά τους (από [...]% το 1998 σε [...] σήμερα για την Μύθος Ζυθοποιία) και νέοι ανταγωνιστές εισήλθαν (Ολυμπιακή Ζυθοποιία απέκτησε μερίδιο αγοράς [...]% μέσα σε 3 χρόνια). Αυτά, κατά την ΑΖ συνιστούν αποδεικτικά στοιχεία απουσίας συμπεριφοράς αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού.

290 Σε σχέση με τα προαναφερθέντα αρχικώς επισημαίνεται ότι, κατά τα προεκτεθέντα, η ίδια η ΑΖ στην οικονομική της ανάλυση παραθέτει παραδείγματα οικονομετρικών μελετών άλλων χωρών, όχι μόνο Ευρωπαϊκών, μέσω των οποίων προσπαθεί να τεκμηριώσει τη θέση της αναφορικά με την οριοθέτηση της προϊόντικής αγοράς στην οποία ανήκει η μπίρα. Αναφορικά δε με την εξέλιξη των μεριδίων

---

[345] Όπως είχε υποστηρίξει και στο Υπόμνημά της. Μέρος ΙΙΙ, Κεφάλαιο 3.2.
[346] Επικαλείται σχετικά απαντήσεις επιχειρήσεων επιτόπιας κατανάλωσης στη ΓΔΑ από το 2006, και μελέτες για τις προτιμήσεις των καταναλωτών – […], έρευνα της […] που καλύπτει την περίοδο 2006-α΄τρίμηνο 2013, Taste Test, έρευνα της […] το 2011 και Shopper Research, έρευνα της […] το 2011.

σημειώνεται ότι, με βάση τα στοιχεία της Canadean, το μερίδιο της ΑΖ στη συνολική αγορά μπίρας έχει μεν μειωθεί, κατά τη διάρκεια της δωδεκαετίας 1998 – 2009 ωστόσο περέμενε σε επίπεδο ανώτερο του [65-75]%, ενώ μόλις από το 2012 εμφανίζεται μικρότερο του [55-65]% και σε κάθε περίπτωση πάνω από [45-55]%.

291 Περαιτέρω, σε σχέση με την κατάθεση του εμπειρογνώμονα της καταγγέλλουσας [...], η ΑΖ υποστηρίζει στο συμπληρωματικό της υπόμνημα της 18.06.2014 ότι τα συμπεράσματα της οικονομικής του ανάλυσης ισχύουν εφόσον επιβεβαιωθεί το πόρισμα της Εισήγησης και αποδειχθούν οι εικαζόμενες καταχρηστικές πρακτικές. Επιπλέον η ΑΖ σημειώνει ότι η σύγκριση των περιθωρίων κέρδους της ΑΖ με τα περιθώρια κέρδους των ανταγωνιστών της στην εγχώρια αγορά, και αφετέρου με τα περιθώρια κέρδους άλλων εταιριών του Ομίλου Heineken αφορούν τη λογιστική απεικόνιση κερδών και δεν αντανακλά τα οικονομικά κέρδη παρά μόνο κάτω από τις πιο μη ρεαλιστικές συνθήκες, καθώς και ότι η λογιστική απεικόνιση υψηλών κερδών δεν αποδεικνύει αυτόματα πρακτικές αποκλεισμού, αλλά ενδέχεται να οφείλεται σε μεγαλύτερη αποδοτικότητα (η ΑΖ έχει χαμηλότερο κόστος παραγωγής, και ότι από την ενδεικτική σύγκριση των τιμοκαταλόγων του 2013 που έκανε ο εμπειρογνώμονας μάρτυρας της ΑΖ προκύπτει ότι το 2014 η ΑΖ και αναφορικά με συγκεκριμένα σήματα ([…] και […]) έχει συγκριτικά χαμηλές τιμές (21η Συνεδρίαση, 14.4.2014, σελ. 76-78 Πρακτικών), ενώ σε σχέση με τα περιθώρια κέρδους άλλων χωρών, η παράθεση των στοιχείων περιθωρίου κέρδους δεν αποδεικνύει κάτι, αν δεν ελεγχθούν οι συνθήκες ζήτησης, οι συνθήκες επενδύσεων, η ποικιλία και η ποιότητα των παραγόμενων προϊόντων της επιχείρησης κλπ). Όσον αφορά τα υψηλά μερίδια αγοράς, τα οποία κατά την Οικονομική Ανάλυση της Μύθος παρουσιάζουν πραγματική μείωση μόνο την τελευταία διετία, η ΑΖ ισχυρίζεται, με βάση την Οικονομική της Ανάλυση, ότι αφ΄ εαυτά τα μερίδια αγοράς δεν είναι ικανές και αναγκαίες συνθήκες για την απόδειξη της δεσπόζουσας θέσης, ή για την απόδειξη κατάχρησης και ότι η διαχρονική εξέλιξη των μεριδίων - τάση του μεριδίου της ΑΖ καθαρά αρνητική, πτώση μέσα στην τελευταία 10ετία της τάξης του [...]%[347] περίπου, άνοδος των ανταγωνιστών, των προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας, των εισαγωγών και της ΦΙΞ - αποδεικνύει μια δυναμική αγορά. Επίσης υποστηρίζει ότι οι υψηλές ελαστικότητες της ζήτησης καταδεικνύουν ότι η ΑΖ δεν μπορεί να συμπεριφερθεί ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και ότι η μεγάλη ποικιλία των σημάτων που διατίθενται στην αγορά, η αύξηση των εισαγωγών και η είσοδος νέων παικτών αποδεικνύουν ότι δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου. Περαιτέρω, σε σχέση με την άποψη του εμπειρογνώμονα της Μύθος ότι η Επιτροπή δεν πρέπει να μην προσπαθεί να βρει κατάχρηση όταν μια δεσπόζουσα επιχείρηση χάνει μερίδια, η ΑΖ υποστηρίζει ότι η σχετική νομολογία αναφέρεται σε διατήρηση ή μικρή πτώση του μεριδίου, και όχι μείωση του μεριδίου του επιπέδου της ΑΖ και ότι άρα η αγορά λειτουργεί υπό συνθήκες υγιούς ανταγωνισμού. Τέλος, σε σχέση με την άποψη του [...] περί του ότι η [...] έχει χάσει μεγάλα χρηματικά ποσά αποκτώντας ένα πολύ περιορισμένο μερίδιο της τάξης του [...]%, το οποίο είναι ασαφές αν θα παγιωθεί, η ΑΖ αντιπαραβάλλει τη θέση μαρτύρων της που εκτιμούν ότι [...] αποδεικνύει την επιτυχία του εγχειρήματος και την λειτουργία υγιούς ανταγωνισμού στην αγορά και ότι

---

[347] Το πραγματικό ποσοστό είναι [...]% δεδομένου ότι η ποσοστιαία μεταβολή έχει βασισθεί σε λάθος αποτύπωση του εκτιμηθέντος από την Canadean μεριδίου της ΑΖ κατά το αρχικό έτος 2001 σύμφωνα και με τις ανωτέρω αναφερθείσες επισημάνσεις της καταγγέλλουσας.

μία αρνητική κερδοφορία κατά το λανσάρισμα στην αγορά είναι αναμενόμενη.

Η άποψη της καταγγέλλουσας ΜΥΘΟΣ

292 Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η καθ' ης έχει δεσπόζουσα θέση στη σχετική αγορά.

293 Κατά τη Μύθος[348], το επιχείρημα της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ περί του ότι τα επίπεδα των ελαστικοτήτων των τιμών υποδεικνύουν την απουσία σημαντικής μονοπωλιακής δύναμης (όπου βάσει ενός μοντέλου AIDS διαπιστώνεται ότι (α) η ελαστικότητα τιμής των σημάτων της Αθηναϊκής είναι υψηλή, και (β) σταυροειδείς ελαστικότητες είναι σημαντικά υψηλές, άρα η ΑΖ αντιμετωπίζει ανταγωνισμό και δεν μπορεί να συμπεριφερθεί ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της), υπόκειται στις ίδιες παρατηρήσεις ως προς τη χρήση των ελαστικοτήτων στην ανάλυση σχετικά με τον ορισμό της αγοράς.

294 Περαιτέρω, σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ για ύπαρξη μεγάλης γκάμας σημάτων που διατίθενται στην αγορά, αυξανόμενων εισαγωγών (κυρίως ιδιωτικής ετικέτας) και είσοδο μικροζυθοποιών, η Μύθος επισημαίνει ότι είναι ιδιαίτερα απίθανο μια πλειάδα πολύ μικρών μαρκών (εισαγόμενων ή με άλλο τρόπο παραγόμενων), ιδιωτικών ετικετών και μικροζυθοποιών να μπορούν να περιορίσουν μια επιχείρηση όπως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και να την αποτρέψουν από το να δρα ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της.

295 Ως προς το επιχείρημα της ΑΖ σε σχέση με την πιθανή διαπραγματευτική ισχύ των supermarkets λόγω της σταδιακά αυξανόμενης συγκέντρωσής τους, η Μύθος υπογραμμίζει ότι το επιχείρημα αυτό δεν φαίνεται σχετικό με την υπόθεση δεδομένου ότι αυτή αφορά κυρίως στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης.

296 Η οικονομική μελέτη της Μύθος αντικρούει τη θέση της Οικονομικής Ανάλυσης της ΑΖ που με βάση την πτωτική εξέλιξη στα μερίδια αγοράς στην Ελλάδα συνάγει ότι η αγορά είναι δυναμική και ανταγωνιστική. Επιπλέον, σε σχέση με το γράφημα που επικαλείται συναφώς η καθ' ης, κατά την καταγγέλλουσα, το γράφημα αυτό περιλαμβάνει ένα σφάλμα, το οποίο υπερβάλλει την πτώση (με κόκκινο η διόρθωση της Μύθος για τα έτη 2001 και 2002 με βάση τα στοιχεία τα οποία άντλησε από την Canadean).

Μερίδιο αγοράς σε όγκος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (2001-2012)

[...]

297 Περαιτέρω, η καταγγέλλουσα επισημαίνει ότι το μερίδιο αγοράς της ΑΖ είχε παραμείνει σχετικά σταθερό και συστηματικά πάνω από [65-75]% μεταξύ 1999 και 2009, ενώ μετά από αυτό το επίδικο χρονικό διάστημα επήλθε πτώση οφειλόμενη σε σημαντική αλλαγή στις προτιμήσεις του καταναλωτή. Η καταγγέλλουσα σημειώνει ότι ένα συνεχιζόμενα επί μακρόν υψηλό μερίδιο αγοράς παρέχει μια *prima*

[348] Βλ. σχετ. σχετική οικονομική ανάλυση συνημμένη στο από 18.06.2014 συμπληρωματικό υπόμνημα της καταγγέλλουσας.

facie απόδειξη μιας δεσπόζουσας θέσης[349]. Επίσης, η Μύθος επισημαίνει την ασάφεια σε σχέση με το εάν αυτό το επιχείρημα σχετίζεται με την δεσπόζουσα θέση ή με την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης. Για την περίπτωση που ισχύει το τελευταίο, σημειώνει ότι το Πρωτοδικείο στην *British Airways κατά Επιτροπής* (Υπόθεση C-95/04P, παρ. 33) απέρριψε επιχείρημα αυτού του είδους. Η Μύθος τονίζει ότι είναι δυνατόν το μερίδιο αγοράς της Αθηναϊκής να είχε μειωθεί πιο γρήγορα, και τα μερίδια των ανταγωνιστών να έχουν αυξηθεί πιο γρήγορα, εάν εξέλιπε η κατάχρηση. Στο από 28.02.2014 υπόμνημά της, η καταγγέλλουσα επισημαίνει σε σχέση με το επιχείρημα της μείωσης του μεριδίου της ΑΖ, ότι πρέπει να αξιολογηθεί το πόσο μεγαλύτερο ποσοστό θα έχανε η καταγγελόμενη εάν δεν καταχρώνταν τη δεσπόζουσα θέση της. Βάσει των στοιχείων της Μύθος, το μερίδιο αγοράς που θα της αντιστοιχούσε βάσει των κινήσεων και των επενδύσεων που έχει κάνει θα έπρεπε να είναι πολλαπλάσιο αυτού που έχει τώρα. Εξάλλου, η Μύθος αναφέρει ότι ως εταιρία έχει προβεί σε πολύ μεγάλες επενδύσεις για να μπορέσει να αποκτήσει μερίδιο αγοράς, και βεβαιώνει […]. Ακόμη, η Μύθος επισημαίνει ότι κατά την ενωσιακή νομολογία, η διαπίστωση κατάχρησης δεν εμποδίζεται εκ του γεγονότος ότι παρατηρείται μείωση του ποσοστού μίας επιχείρησης με δεσπόζουσα θέση.

298 Τέλος, η Μύθος υπενθυμίζει τα, συμπεράσματα των [...] για λογαριασμό της ΑΖ περί του ότι: [...][350].

Η εκτίμηση της Επιτροπής

299 Τα προεκτεθέντα επιχειρήματα της ΑΖ είναι απορριπτέα ως αβάσιμα. Κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, δεσπόζουσα θέση[351] είναι η θέση οικονομικής ισχύος που κατέχει μια επιχείρηση, πράγμα που της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της προσφέρει, σε σημαντικό βαθμό, τη δυνατότητα ανεξάρτητης, έναντι των ανταγωνιστών της, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών, συμπεριφοράς[352].

300 Μία τέτοια θέση, αντίθετα από ότι μια κατάσταση μονοπωλίου ή οιονεί μονοπωλίου, δεν αποκλείει την ύπαρξη κάποιου ανταγωνισμού[353] αλλά δίνει στην επιχείρηση που την κατέχει τη δυνατότητα, αν όχι να

---

[349] Επικαλούμενη την παρ. 15, από τις ‘Κατευθυντήριες οδηγίες επί των προτεραιοτήτων της Επιτροπής κατά την εφαρμογή του άρθρου 82 της Συνθήκης ΕΚ στις περιπτώσεις καταχρηστικής συμπεριφοράς αποκλεισμού από δεσπόζουσες επιχειρήσεις», Ευρωπαϊκή Επιτροπή OJ C/45 (24.2.2009) σ. 7-19..

[350] [...].

[351] Όπως ορίστηκε από το Δικαστήριο στην απόφασή του United Brands Company και United Brands Continental BV κατά Επιτροπής, υπόθ. 27/76, Ειδ. Ελλην. Έκδ. σ. 75, σκ. 65. Βλ. επίσης ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ της 09.11.1983, Michelin, υπόθ. 322/81, Συλλ. 1983, 3461, σκ. 30, υπόθ. 85/76 Hoffmann-La Roche & Co. AG κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979 σ. 461, σκ. 38-39, υπόθ. 78/70 Deutsche Grammophon κατά Επιτροπής, Συλλ. 1971, σ. 487, υπόθ. 6/72 *Europemballage Corporation and Continental Can Company Inc κατά Επιτροπής,* Συλλ. 1973 σ. 313, υπόθ. 27/76 σκ. 65. Βλ. και Ζιάμου σε Β. Σκουρή, Ερμηνεία Συνθηκών για την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, 2003, σ. 716.

[352] Σημασία δεν έχει η πραγματική παρακώλυση του ανταγωνισμού, αλλά η αντικειμενική δυνατότητα μίας τέτοιας παρακώλυσης. Περαιτέρω, η έννοια της ανεξάρτητης συμπεριφοράς συνδέεται με το βαθμό της ανταγωνιστικής πίεσης που ασκείται στην εν λόγω επιχείρηση. Η δεσπόζουσα θέση υποδηλώνει ότι οι εν λόγω ανταγωνιστικές πιέσεις δεν είναι επαρκώς αποτελεσματικές και, συνεπώς, η σχετική επιχείρηση διαθέτει σημαντική ισχύ στην αγορά, κατά τρόπο που οι αποφάσεις της δεν επηρεάζονται αισθητά από τις ενέργειες ή/και τις αντιδράσεις των ανταγωνιστών, των πελατών και, σε τελική ανάλυση, των καταναλωτών (βλ. απόφαση ΕΑ 520/2011 - Tasty).

[353] Βλ. United Brands, ό.π., σκ. 113 και 126 επ. και απόφαση ΠΕΚ της 30.01.2007, France Télécom, υπόθ. Τ-340/03, Συλλ. ΙΙ-00107, σκ. 101 και 103 επ. Βλ. επίσης απόφαση της 13.02.1979, Hoffmann-La Roche & Co. AG κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 70 («[…] *η ύπαρξη ανταγωνισμού, ακόμα και έντονου, σε δεδομένη αγορά δεν αποκλείει την ύπαρξη*

αποφασίζει, τουλάχιστον να επηρεάζει σημαντικά τις συνθήκες υπό τις οποίες θα αναπτυχθεί αυτός ο ανταγωνισμός. Η ύπαρξη δεσποζούσας θέσεως μπορεί να προκύπτει από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι, εξεταζόμενοι μεμονωμένα, δεν είναι αναγκαία καθοριστικοί, μεταξύ των οποίων όμως η ύπαρξη ευρύτατων μεριδίων αγοράς έχει μεγάλη σημασία[354].

301 Κατά τη νομολογία, εξάλλου, η οικονομική ισχύς των επιχειρήσεων δεν υπολογίζεται βάσει της αποδοτικότητας ή της κερδοφορίας τους και, συναφώς, τυχόν μειωμένα περιθώρια κέρδους ή ακόμη και παροδικές ζημίες δεν είναι ασυμβίβαστες με την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης[355].

302 Τα πολύ υψηλά μερίδια αγοράς αποτελούν πλην έκτακτων περιστάσεων απόδειξη δεσπόζουσας θέσης[356]. Όπως έκρινε το ΔΕΚ στην απόφαση Hoffmann-La Roche[357], «*παρόλον ότι η σημασία των μεριδίων αγοράς μπορεί να είναι διαφορετική σε κάθε αγορά, μπορεί να θεωρηθεί δικαιολογημένα ότι ιδιαίτερα σημαντικά μερίδια συνιστούν, από μόνα τους, πλην εξαιρετικών περιστάσεων, απόδειξη της υπάρξεως δεσπόζουσας θέσεως*». Η κατοχή ιδιαίτερα σημαντικού μεριδίου αγοράς θέτει την επιχείρηση που κατέχει το μερίδιο αυτό για συγκεκριμένη περίοδο σε θέση ισχύος που την καθιστά αναγκαστικό συμβαλλόμενο και της εξασφαλίζει για τη διάρκεια αυτών των περιόδων την ανεξαρτησία συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει τη δεσπόζουσα επιχείρηση[358]. Στην προεκτεθείσα απόφαση AKZO κατά Επιτροπής και σε πολλές άλλες περιπτώσεις έκτοτε[359], τα Ενωσιακά Δικαστήρια έκριναν ότι

δεσποζούσης θέσεως στην ίδια αγορά […]»). Βλ. επίσης 88/589/ΕΟΚ: Απόφαση της Επιτροπής της 4ης Νοεμβρίου 1988 αναφερόμενη σε διαδικασία εφαρμογής του άρθρου 86 της συνθήκης ΕΟΚ (IV/32.318, London European - Sabena), ΕΕ L 317 της 24/11/1988, σ. 47 – 54, παρ. 32 επ. Βλ. και απόφαση ΠΕΚ της 14.12.2005, υπόθ. Τ-210/01, General Electric Company κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 114, 243.

[354] Βλ. απόφαση του ΔΕΚ της 13.02.1979, υπόθ. 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 38 επ.

[355] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΕ 27/76 United Brands κατά Επιτροπής Συλλ. 1978, σελ. 207, σκ. 126, ΔΕΕ 322/81 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I) Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 59, και ΓενΔΕΕ Τ-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. II-2969, σκ. 102-103.

[356] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010 σκ. 29-30 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 7, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σ. 461, σκ. 41, ΠΕΚ Τ-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σ. II-2969, σκ. 70, ΠΕΚ Τ-83/91 Tetra Pak κατά Επιτροπής (Tetra Pak II) Συλλ. 1994 σ. II-755, σκ. 109, και ΠΕΚ Τ-30/89 Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σ. II-1439, σκ. 91.

[357] Βλ. απόφαση της 13.02.1979, Hoffmann-La Roche, ό.π., σκ. 41 (βλ. και σκ. 56 επ.), απόφαση ΔΕΚ της 03.07.1991, AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής, υπόθ. C-62/86, Συλλ. I-3439, σκ. 60, απόφαση ΠΕΚ της 30.01.2007, France Télécom SA κατά Επιτροπής, υπόθ. Τ-340/03, Συλλ. II-107, σκ. 100 και 103 και απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Atlantic Container Line AB κ.λπ. κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθ. Τ-191/98, Τ-212/98 έως Τ-214/98, σκ. 907, απόφαση ΠΕΚ Τ-30/89 Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 σ. II-14139 σκ. 89, απόφαση ΠΕΚ της 8.10.1996, Compagnie maritime belge transports SA και Compagnie maritime belge SA, Dafra-Lines A/S, Deutsche Afrika-Linien GmbH & Co. και Nedlloyd Lijnen BV κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθ. Τ-24/93, Τ-25/93, Τ-26/93 και Τ-28/93, Συλλ. II-01201, σκ. 76.
Βλ. και απόφαση ΔΕφΑθ 2265/2010 (Nestle) παρ. 30, όπου έγινε δεκτό ότι «*τμήμα της αγοράς ανώτερο του 50% αποτελεί καθεαυτό απόδειξη της υπάρξεως δεσπόζουσας θέσης*». Ομοίως και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 144 με περαιτέρω παραπομπές και σε νομολογία ΔΕΕ και ΓενΔικ.

[358] Βλ. και απόφαση ΔΕΚ Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής ό.π. σκ. 41, απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση Τ-83/91, Tetra Pak κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 109, απόφαση ΠΕΚ της 07.10.1999, Irish Sugar plc κατά Επιτροπής, υπόθ. Τ-228/97, Συλλ. II-02969, σκ. 71, απόφαση ΓενΔικ της 17.12. 2009 στην υπόθεση Τ‑57/01, Solvay SA κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 277 επ. Πρβλ. επίσης και απόφαση ΠΕΚ της 23.10.2003 στην υπόθεση Τ-65/98, Van den Bergh Foods Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. II-04653, σκ. 154 και απόφ. ΠΕΚ της 22.11.2001, Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) κατά Επιτροπής, υπόθ. Τ-139/98, Συλλ. II-03413, σκ. 51.

[359] Βλ. απόφαση ΠΕΚ της 30.01.2007, France Télécom SA κατά Επιτροπής, υπόθ. Τ-340/03, Συλλ. II-107, σκ. 100 και 103 και απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Atlantic Container Line AB κ.ά. κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθ. Τ-191/98, Τ-212/98 έως Τ-214/98, σκ. 907, αποφάσεις του Πρωτοδικείου της 12.12.1991, Τ-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. II-

μερίδιο αγοράς 50% ή περισσότερο συνιστά ιδιαίτερα σημαντικό μερίδιο που αποτελεί καθεαυτό (ελλείψει εξαιρετικών περιστάσεων) απόδειξη ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης. Η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης σημαίνει ότι η τελευταία υπέχει ιδιαίτερη ευθύνη να μη θίγει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά, χωρίς να συνεπάγεται αυτή καθεαυτή μομφή προς την ενδιαφερόμενη επιχείρηση[360].

303 Στην παρούσα υπόθεση, ενδεικτικό είναι ότι τα περισσότερα έτη που καταλαμβάνει η παράβαση η ΑΖ κατείχε σταθερά μερίδια περί το [65-75]%, και κατέχει με διαφορά το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς το οποίο φτάνει και το α' εξάμηνο του 2013 σε επίπεδο σαφώς ανώτερο του [45-55]%, ενώ η Ολυμπιακή Ζυθοποιία και η Μύθος Ζυθοποιία ακολουθούν με μεγάλη διαφορά σε υποπολλαπλάσια ποσοστά ([5-15]% και [5-15]%, αντίστοιχα). Αντίστοιχα ισχύουν και στο χονδρεμπορικό επίπεδο.

304 Ειδικότερα, στην υπό κρίση υπόθεση διαπιστώνονται τα εξής:

305 Εν προκειμένω, η θέση της ΑΖ στη σχετική αγορά αποτελεί τον ασφαλέστερο δείκτη για τον βαθμό της ισχύος της. Τα μερίδια αγοράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, τα οποία υπερβαίνουν σταθερά και σε βάθος χρόνου πολύ πέραν της δεκαετίας το [45-55]% στη σχετική αγορά, σε όλα τα επίπεδα, ανεξαρτήτως κατάτμησης, ενώ επίσης, παρά την πτωτική τάση των τελευταίων ετών, είναι με διαφορά τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς, και μάλιστα επί σειρά ετών κυμαίνονται σε επίπεδα εγγύς του ή και ανώτερα του [75-85]%, συνιστούν απόδειξη της κατοχής δεσπόζουσας θέσης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[361]. Στα ανωτέρω συντείνουν και αποφάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, οι οποίες μνημονεύουν τη σημαντική θέση στην αγορά της καθ' ης και στις οποίες το μερίδιο της καθ' ης στην ελληνική αγορά υπολογίζεται μεταξύ 80 – 90% για το έτος 2002-2003[362] και μεταξύ 75 – 85% για το έτος 2006[363]. Επίσης, ως επιπλέον στοιχεία αναφέρονται τα εξής: η Heineken NV, μητρική της καθ' ης, αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, είναι «ηγέτης» στην Ελλάδα[364], ενώ και η ΑΖ στο από 04.03.2014 υπόμνημά της[365] αποδέχεται ρητώς την αυξημένη ευθύνη που της προσδίδει το μεγάλο μερίδιό της στην αγορά. Εξάλλου, και σε ετήσιες εκθέσεις του Ομίλου Heineken προηγούμενων ετών αναφέρεται ότι η ελληνική εταιρία του Ομίλου ηγείται της ελληνικής αγοράς μπίρας. Συγκεκριμένα, στην Ετήσια Έκθεση του 2011[366] αναφέρεται ότι η εταιρία του Ομίλου στην Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση, ενώ στις

1439, σκ. 89, και της 6.10.1994, Τ-83/91, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-755, σκ. 109.

[360] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ της 09.11.1983, NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin κατά Επιτροπής, υπόθ. 322/81, σκ. 57. Βλ. και απόφαση ΠΕΚ της 11.07.2007, στην Υπόθεση Τ-170/06, Alrosa Company Ltd κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, σκ. 146.

[361] Βλ. αναλυτικά επί των μεριδίων ανωτέρω.

[362] Απόφαση της Επιτροπής της 18.07.2003 COMP/M.3195/Heineken/BBAG παρ. 18.

[363] Απόφαση της Επιτροπής της 03.04.2008 COMP/M.4999/Heineken/Scottish & Newcastle Assets παρ.

[364] Στοιχεία 31.12.2010 Ετήσια Έκθεση Ομίλου Heineken βλ. http://www.annualreport.heineken.com/Other-information/countries-and-Brands/index.html: «Heineken is the largest brewing group in Central Europe, leading in Greece, Austria, Slovakia, Bulgaria and FYR Macedonia». Η ομολογία μίας επιχείρησης ότι έχει ηγετική θέση στην αγορά αποτελεί επιπρόσθετο παράγοντα διαπίστωσης της δεσπόζουσας θέσης (απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 153 και με περαιτέρω παραπομπή σε ΔΕΕ 62/86 Akzo κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σ.σ. Ι-3359 σκ. 61).

[365] Σ. 11 όπου επισημαίνει ότι: «*Η ΑΖ λόγω και της αυξημένης ευθύνης που της προσδίδει το μεγάλο μερίδιο αγοράς στην Ελληνική αγορά, καθώς και οι εκατοντάδες χιλιάδες συναλλασσόμενοι μ' αυτήν, έμμεσα ή άμεσα, εταίροι της στην Ελλάδα, είχε και έχει ως στόχο να λειτουργεί ως πρότυπο υποδειγματικής συμπεριφοράς από πλευράς συμμόρφωσης με το δίκαιο του ανταγωνισμού και την εμπορική νομοθεσία εν γένει*».

[366] Βλ. http://www.annualreport.heineken.com/archive/2011/report-of-the-executive-board/our-regions/index.html.

αντίστοιχες Εκθέσεις των ετών 2010 και 2009[367] επισημαίνεται ότι η εταιρία ηγείται της ελληνικής αγοράς. Στις δε Εκθέσεις των ετών 2008, 2007, 2006, 2005 και 2004[368] αναφέρεται ότι η ελληνική εταιρία του Ομίλου κατέχει την πρώτη θέση, με μερίδιο αγοράς ύψους [65-75]%, [65-75], [75-85]%, [75-85]% και [75-85]%, αντίστοιχα.

306 Η δεσπόζουσα θέση της ΑΖ επιβεβαιώνεται, άλλωστε, και από την ασθενή θέση των ανταγωνιστών της, εκτιμώμενη τόσο μεμονωμένα (σε σχέση με τον αμέσως επόμενο ανταγωνιστή), όσο και σωρευτικά (σε σχέση με το σύνολο των ανταγωνιστών της). Εν προκειμένω, η καθ' ης υπερέχει συντριπτικά έναντι των ανταγωνιστών της, οι οποίοι περιορίζονται, σχεδόν σε όλες τις περιπτώσεις και σε βάθος χρόνου, σε πολύ μικρά μερίδια αγοράς στη σχετική αγορά. Ομοίως, σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ[369] ότι τα τελευταία χρόνια εισήλθαν στην αγορά νέες εταιρίες (Μύθος, Βεργίνα, Fix, κ.λπ.), επισημαίνεται ότι η καθ' ης επί μακρόν κατέχει μερίδια αγοράς σαφώς μεγαλύτερα, και δη πολλαπλάσια, από εκείνα του σημαντικότερου ανταγωνιστή της, της καταγγέλλουσας Μύθος Ζυθοποιίας, το μερίδιο της οποίας έχει διαχρονικά κυμανθεί μεταξύ [5-15]%-[5-15]%. Οι ανταγωνιστές της καθ' ης περιορίζονται και μάλιστα σε βάθος χρόνου σε υποπολλαπλάσια μερίδια αγοράς στην αγορά των προϊόντων ζύθου. Δεν τίθεται, συνεπώς, επ' αμφιβόλω η δεσπόζουσα θέση της καθ' ης η οποία ενισχύεται και από τους λοιπούς εδώ εκτιθέμενους παράγοντες.

307 Κατά συνέπεια, η ΑΖ όχι μόνον κατέχει ένα εξαιρετικά υψηλό μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά για πάρα πολλά έτη, αλλά επιπλέον συστηματικά καταγράφεται σημαντική διαφορά μεταξύ του μεριδίου της και των μεριδίων των σπουδαιότερων ανταγωνιστών της στη σχετική αγορά, διαπιστώσεις που μαρτυρούν ευθέως την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στην κρινόμενη υπόθεση. Σημειωτέον δε ότι, σε αντίστοιχες περιπτώσεις, τα ευρωπαϊκά δικαστήρια έχουν διαπιστώσει την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης και σε περιπτώσεις που το μερίδιο αγοράς της κυρίαρχης επιχείρησης, σε σχέση με εκείνο των ανταγωνιστών της, κυμαίνονταν, όπως προαναφέρθηκε, σε αισθητά χαμηλότερο επίπεδο από τα διαπιστωθέντα στην παρούσα υπόθεση[370]. Άλλωστε όπως προκύπτει [...][371][...][372].

308 Επιπλέον, σημειώνεται ότι τα διαχρονικά υψηλά μερίδια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην αγορά του ζύθου σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της καταδεικνύουν την ύπαρξη φραγμών εισόδου και

---

367 Βλ. http://www.annualreport.heineken.com/archive/2010/Other-information/countries-and-Brands/index.html και http://www.annualreport.heineken.com/archive/2009/other_information/countries_and_brands.html.
368 Βλ. αντιστοίχως http://www.annualreport.heineken.com/archive/2008/downloads/Heineken_Annual_Report_08.pdf , http://www.annualreport.heineken.com/archive/2007/downloads/Heineken_AnnualReport_EN_07.pdf , http://www.annualreport.heineken.com/archive/2006/downloads/heineken_ar_06_complete.pdf, http://www.zonebourse.com/HEINEKEN-6283/pdf/30509/HEINEKEN_Rapport-annuel.pdf και http://bib.kuleuven.be/files/ebib/jaarverslagen/HEINEKEN_2004.pdf.
369 Βλ. [...].
370 Βλ. ενδεικτικά Απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 148, ΔΕφΑθ 869/2013, ΔΕφΑθ 2265/2010 σκ. 29-30, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 38-40, 48 & 63, ΔΕΚ 322/81 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I) Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ. 52 & 59, ΔΕΚ 27/76 United Brands κατά Επιτροπής, Συλλ. 1978, σελ. 207, σκ. 111, καθώς και ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 210-211.
371 [...].
372 [...].

επέκτασης[373]. Το συνολικό οικονομικό και τεχνολογικό κεφάλαιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, τα σήματα φήμης που χρησιμοποιεί, οι οικονομίες κλίμακας που μπορεί να αξιοποιήσει, το εδραιωμένο δίκτυο πωλήσεων και διανομής της, καθώς και τα κόστη που συνεπάγονταν η οργάνωση ενός εκτεταμένου ανταγωνιστικού δικτύου διανομής και η υποστήριξη και εδραίωση ανταγωνιστικών σημάτων στη σχετική αγορά, αποτελούν στην πράξη σημαντικά εμπόδια εισόδου[374], αντιθέτως με τους ισχυρισμούς της ΑΖ[375]. Εν προκειμένω, η ΑΖ διαθέτει τη μεγαλύτερη και γνωστότερη σειρά προϊόντων εντός της αγοράς αναφοράς, έχει εδραιώσει το πιο εκτεταμένο δίκτυο πωλήσεων και διανομής και έχει επενδύσει πολύ σημαντικά ποσά σε marketing και διαφήμιση, που είναι πολύ σημαντικά για την αποτελεσματική προώθηση προϊόντων στη σχετική αγορά, και δημιούργησε έτσι σήματα που χαίρουν ιδιαίτερης φήμης. Ειδικότερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διαθέτει τα ισχυρότερα σήματα στην αγορά της μπίρας, ειδικώς δε το σήμα "Heineken" θεωρείται το πλέον ισχυρό μεταξύ των διεθνών σημάτων μπίρας[376]. Είναι επίσης χαρακτηριστικό ότι η διαφημιστική δαπάνη μπίρας σε τηλεόραση, εφημερίδες, περιοδικά και ραδιόφωνο που αντιστοιχεί στα σήματα […] και […] (περιλαμβανομένων των σημάτων " […]" και " […]") διαχρονικά υπερβαίνει το [...]% της συνολικής σχετικής διαφημιστικής δαπάνης για προϊόντα μπίρας και σε κάποιες χρονιές (π.χ. το 2007) υπερβαίνει και το [...]%[377]. Εξάλλου, ενδεικτικό είναι ότι η ΑΖ εμφανίζεται να κατέχει τα [...] σε πωλήσεις σήματα […] και […] (στοιχεία Canadean). Τα εν λόγω ισχυρά σήματα φήμης, το κατεστημένο δίκτυο πωλήσεων και διανομής της ΑΖ, το υψηλό κόστος διαφήμισης που αντιμετωπίζει κάθε επιχείρηση που επιδιώκει να εισέλθει στη σχετική αγορά, καθώς και η ανάγκη πρόσβασης σε ευρείας κλίμακας διανομή για να στηριχθεί κατανάλωση, συνιστούν εμπόδια στην ανάπτυξη του δυνητικού ανταγωνισμού. Μία επένδυση αυτού του μεγέθους αποτελεί σημαντικό μη ανακτήσιμο κόστος για οποιαδήποτε νέα επιχείρηση θέλει να εισέλθει στην αγορά και συνεπώς σημαντικό φραγμό εισόδου[378]. Το κόστος εισόδου ή και διατήρησης ενός ανταγωνιστή στην αγορά αυξάνεται από τη δυνατότητα της δεσπόζουσας επιχείρησης να επιβάλει υψηλό κόστος προβολής, διαφήμισης και ενίσχυσης των εμπορικών της σημάτων. Οι ανωτέρω διαπιστώσεις περί της ύπαρξης εμποδίων εισόδου στην αγορά ζύθου επιβεβαιώνονται, στην προκειμένη περίπτωση, και από τα μονίμως υψηλά μερίδια αγοράς της ΑΖ σε σύγκριση τόσο με τους ανταγωνιστές της, όσο και με

---

[373] Βλ. απόφαση ΕΑ 520/2011 (Tasty) παρ. 151, απόφαση του Δικαστηρίου 27/76 United Brands κατά Επιτροπής Συλλ. 1978 σ. 207, σκ. 108 – 109, απόφαση του Πρωτοδικείου Τ-271/03 Deutsche Telekom AG κατά Επιτροπής Συλλ. 2006 σ. ΙΙ-1747, σκ. 239.
[374] Βλ. Απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 151, ΔΕφΑθ 869/2013, Tasty κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, παρ. 39, Ε.Α. 207/ΙΙΙ/02, Coca Cola, Κεφάλαιο ΙΙΙ παρ. 3 και απόφαση 2116/2004 ΔΕφΑθ που επιβεβαίωσε την ως άνω απόφαση, σελ. 13-14 παρ. 11-12.
[375] Επιπλέον, σε σχέση με τον ισχυρισμό της καθ' ης ότι οι αυξήσεις της στις τιμές των προϊόντων της ήταν τιμαριθμικές και στα επίπεδα του ανταγωνισμού, παρότι παρέλκει, καθώς προβάλλεται αλυσιτελώς σε σχέση με την απόδειξη δεσπόζουσας θέσης κατά τα εδώ εκτιθέμενα, σημειώνεται ότι δεδομένου του πολύ υψηλού μεριδίου της ΑΖ ήδη από τη δεκαετία του 1980, είναι πιθανό η ίδια ως ηγέτης στην αγορά να είχε θέσει το επίπεδο τιμών ήδη σε υψηλά επίπεδα με τον ανταγωνισμό να την ακολουθεί.
[376] Βλ. http://www.heinekeninternational.com/companystrategyprofile.aspx: *«The brand that bears the founder's family name – HEINEKEN – is available in almost every country on the globe and is the world's most valuable international premium beer brand».*
[377] Βλ. ανωτέρω εκτεθέντα.
[378] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής Συλλ. 1978, σ.σ. 207, σκ. 91 και 122, ΔΕΚ C-142/84 BAT & RJ Reynolds κατά Επιτροπής, Συλλ. 1987, σ.σ. 4487, σκ. 43, και ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σσ. Ι-3359, σκ. 61, καθώς και αποφάσεις ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 11 και ΕΑ 520/2011 (Tasty) παρ. 151.

άλλα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και από την αποτυχία καθιερωμένων προμηθευτών στο εξωτερικό να εδραιώσουν την παρουσία τους στην Ελλάδα.

309 Επιπλέον, όπως θα καταδειχθεί αναλυτικότερα στις παρακάτω ενότητες, η ίδια η συμπεριφορά – εμπορική πολιτική της ΑΖ, μέσω της σύναψης και επιβολής συμφωνιών επάλληλης αποκλειστικότητας σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής πώλησης, αλλά και μέσω άλλων πρακτικών αποκλεισμού, δημιουργεί στην πράξη εμπόδια για την επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών ή/και την είσοδο δυνητικών ανταγωνιστών. Τα εν λόγω παρεμποδιστικά αποτελέσματα επιτείνονται από τη μεγάλη διάρκεια και διαδοχική εφαρμογή των σχετικών συμβάσεων αποκλειστικότητας. Οι ενδεχόμενες περιοριστικές πρακτικές δύναται να συνεκτιμηθούν και στο στάδιο της διερεύνησης της ύπαρξης ή μη δεσπόζουσας θέσης: το γεγονός ότι η εν λόγω επιχείρηση επιδεικνύει τέτοια συμπεριφορά (δηλ. έχει τη δυνατότητα να επιβάλλει τέτοιους περιοριστικούς όρους ή να εφαρμόσει τέτοιες καταχρηστικές πρακτικές) μπορεί να υποδηλώνει ευθέως ότι είναι σε θέση να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές και πελάτες της[379].

310 Εξάλλου, η εκτίμηση της ίδιας της ΑΖ για τη θέση της στην αγορά, όπως ιδίως αυτή αποτυπώνεται σε εσωτερικά έγγραφά της, κατά τα προεκτεθέντα, συνιστά σαφή ένδειξη του τρόπου με τον οποίο αυτή αντιλαμβάνεται τη δομή της αγοράς και την θέση της σε αυτή, καθώς και το βαθμό των ανταγωνιστικών πιέσεων που τυχόν της ασκούνται. Συγκεκριμένα, [...][380].

311 Η αποδοχή/ομολογία μιας επιχείρησης ότι κατέχει ηγετική ή/και δεσπόζουσα θέση στην αγορά αποτελεί επιπρόσθετο παράγοντα θεμελίωσης ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης[381].

312 Σημειωτέον, επίσης, ότι η καθ' ης αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» ("unavoidable trading partner") για πολλούς χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές στην αγορά του ζύθου. Και τούτο διότι, τα προεκτεθέντα στοιχεία που αναφέρονται ιδίως: (α) στην κατοχή από την ΑΖ πολύ υψηλού μεριδίου αγοράς για περίοδο πολλών ετών και, συνακόλουθα, στον όγκο παραγωγής και προσφοράς που αυτό αντιπροσωπεύει, (β) στην πανίσχυρη και παγιωμένη θέση της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της (οι οποίοι κατέχουν αισθητά πολύ μικρότερα μερίδια αγοράς), αλλά και στην απόλυτη κυριαρχία της και στα μικρά σημεία πώλησης (δεδομένου, πέραν του μεριδίου αγοράς και του σημαντικά υψηλότερου βαθμού διείσδυσής της, ότι είναι και σήμερα ο μόνος προμηθευτής πολλών σημείων πώλησης), (γ) στην κατοχή από αυτήν της μεγαλύτερης και γνωστότερης «γκάμας» προϊόντων στην αγορά αναφοράς και (δ) του πλέον εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων και διανομής, καθώς και (ε) σημάτων ιδιαίτερης φήμης που υποστηρίζονται συστηματικά από σημαντικές επενδύσεις, είναι ακριβώς τα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν – με βάση τη νομολογία – την έννοια του «αναπόφευκτου» ή «αναγκαστικού» εμπορικού εταίρου[382].

---

[379] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ 27/76 United Brands κατά Επιτροπής Συλλ. 1978, σελ. 207, σκ. 68, καθώς και απόφαση Ευρ. Επιτροπής Tetra Pak II ΕΕ 1992 L 72/1, παρ. 146 και απόφαση ΕΑ 520/2011 (Tasty), παρ. 153.

[380] Αναλυτικότερα, η ΑΖ αποτιμά το μερίδιό της στο ύψος του [...].

[381] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 61 και απόφαση ΕΑ 520/2011 (Tasty), παρ. 153.

[382] βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΠΕΚ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003, σελ. II-4653, σκ. 156, ΠΕΚ T-139/98 AMMS κατά Επιτροπής Συλλ. 2001, σελ. II-3413, σκ. 51, καθώς και ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 75 και ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ.

313 Επισημαίνεται παρεμπιπτόντως ότι δεν υφίσταται αντισταθμιστική ισχύς των αγοραστών (πελατών) της ΑΖ, όπως εκτίθεται αναλυτικότερα και στα οικεία κεφάλαια, και η όποια ισχύς τους περιορίζεται προφανώς από την ισχύ των σημάτων της και τη συντριπτική της υπεροχή έναντι των ανταγωνιστών της και, συνακόλουθα, από το γεγονός ότι η ΑΖ αποτελεί, όπως εκτέθηκε ανωτέρω, αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο στη σχετική αγορά. Σε κάθε περίπτωση, οι περισσότεροι πελάτες της ΑΖ είναι, κατά βάση (και οπωσδήποτε συγκριτικά), μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν πολύ μικρή διαπραγματευτική δύναμη, και επομένως δεν είναι σε θέση να ασκήσουν αποτελεσματική αντισταθμιστική ισχύ, ειδικά έναντι μίας εταιρίας με την κλίμακα της ΑΖ στη σχετική αγορά. Εξάλλου, τα προϊόντα της ΑΖ είναι απαραίτητα για τους χονδρεμπόρους, τόσο αφ' εαυτά όσο και γιατί είναι απαραίτητα για τους κυριότερους πελάτες των χονδρεμπόρων, δηλ. τους λιανοπωλητές.

314 Όπως αναπτύσσεται εν συνεχεία, η φυσιογνωμία των προϊόντων ζύθου της ΑΖ ως προϊόντων "must stock brands" και το γεγονός ότι η ΑΖ αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» για πολλούς χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές, επιτείνει την ως άνω αδυναμία των ανταγωνιστών της να την ανταγωνιστούν σε ισότιμη βάση για τη ζήτηση ενός πελάτη, καθώς και τα απορρέοντα εξ αυτής αποτελέσματα αποκλεισμού.

315 Η ύπαρξη εδραιωμένου συστήματος διανομής συνιστά επίσης σημαντικό φραγμό εισόδου, όπως επιβεβαιώνεται και από καταθέσεις ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, οι οποίοι αναφέρονται ειδικώς στο σύστημα διανομής ως εμπόδιο εισόδου ή/και επέκτασης.

316 Στα λεγόμενα «παραδοσιακά» καταστήματα λιανικής πώλησης για μελλοντική κατανάλωση (μπακάλικα, μίνι μάρκετ) το μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προσεγγίζει ή/και υπερβαίνει το [85-95]% (π.χ. [85-95]% το 2005, [85-95]% το 2006, [85-95]% το 2007), ενώ στα μεγάλα σούπερ μάρκετ το μερίδιο της κυμαίνεται περίπου στο [55-65]%[383]. Στα πρώτα ως άνω σημεία, όπως υποστηρίζει και […][384], η διαπραγματευτική δύναμη και η αντισταθμιστική ισχύς των πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι ακόμη πιο περιορισμένη. Σε επίπεδο χονδρικής και σημείων τελικής κατανάλωσης, εν γένει, οι πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι στην πλειονότητά τους μικρές επιχειρήσεις με περιορισμένη διαπραγματευτική δύναμη[385].

317 Η κατά τα ανωτέρω κατοχή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και μάλιστα σε βάθος χρόνου, υψηλού μεριδίου αγοράς, πολλαπλάσιου των ανταγωνιστών της, η κατοχή της μεγαλύτερης και γνωστότερης σειράς προϊόντων και σημάτων ιδιαίτερης φήμης, καθώς και του πλέον εκτεταμένου δικτύου στη σχετική αγορά και το γεγονός ότι ανήκει στο συγκεκριμένο σημαντικό πολυεθνικό όμιλο, εξασφαλίζουν στην καθ' ης για διάρκεια μεγάλων περιόδων την ανεξαρτησία συμπεριφοράς που χαρακτηρίζει τη δεσπόζουσα θέση[386]. Επί τη βάσει όλων των ανωτέρω παραγόντων και ενόψει της μακροχρόνιας

461, σκ. 41 και απόφαση ΕΑ 520/2011 -Tasty].

383 Βλ. Πίνακα III.14$^{\beta}$ Παραρτήματος I.

384 Αρ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων..

385 Ενδεικτικό είναι ότι ο μεγαλύτερος πελάτης της (και ανά κατηγορία) δεν έχει μερίδιο πωλήσεων πάνω από πάνω από [...]%.

386 Απόφαση ΔΕΚ 85/76 Hoffmann - La Roche κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 41. Πρβλ. και ΠΕΚ Τ-65/98 στην υπόθεση Van den Bergh, Συλλ. 2003, σ. II-4653 σκ. 156 και απόφαση ΠΕΚ Τ-139/98 AAMS κατά Επιτροπής, Συλλ. 2001, σ. II-3413,

υπεροχής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι των ανταγωνιστών της, συνάγεται πέραν πάσης αμφιβολίας ότι η εν λόγω εταιρία κατέχει επί μακρόν δεσπόζουσα θέση στην αγορά των προϊόντων ζύθου, υπό την έννοια των άρθρων 2 ν. 703/1977 και 2 ν. 3959/2011 καθώς και του άρθρου 102 ΣΛΕΕ.

318 Σε σχέση με τα προεκτεθέντα, η ΑΖ χρησιμοποιεί ιδίως ως επιχείρημα για να υποστηρίξει ότι δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση την απόφαση ΠΕΚ T-219/99, British Airways κατά Επιτροπής. Ωστόσο, η επίκληση αυτή είναι όλως αβάσιμη, πρώτα και κυρίως επειδή στην περίπτωση εκείνη στοιχειοθετήθηκε δεσπόζουσα θέση με μερίδιο της δεσπόζουσας επιχείρησης που ανέρχονταν μόνο σε 39,7%, δηλαδή περίπου […] ποσοστιαίες μονάδες κάτω από το χαμηλότερο μερίδιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ανέρχεται με βάση το αυστηρότερο σενάριο κοντά σε [45-55]%[387] (το λιγότερο) σε οποιαδήποτε βαθμίδα εμπορίου, και που, βεβαίως, για πολλά εκ των ετών της επίδικης περιόδου υπερβαίνει ακόμη και το [65-75]% κατά τα ανωτέρω.

319 Όπως επισημαίνεται λοιπόν στην επικαλούμενη απόφαση ΒΑ (σκ. 189 επ.) «Η δεσπόζουσα θέση που αναφέρει το άρθρο 82 ΕΚ αφορά τη θέση οικονομικής ισχύος που κατέχει μια επιχείρηση, πράγμα που της επιτρέπει να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην οικεία αγορά και της προσφέρει, σε σημαντικό βαθμό, τη δυνατότητα ανεξάρτητης έναντι των ανταγωνιστών της, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών, συμπεριφοράς (απόφαση του Πρωτοδικείου της 12ης Δεκεμβρίου 2000, Τ-128/98, Aéroports de Paris κατά Επιτροπής, Συλλογή 2000, σ. II-3929, σκέψη 147)». Και ακόμη και σε αυτά τα (συγκριτικά) χαμηλά φάσματα, κάτω του αποδεικτικού ορίου του 50% για κατοχή δεσπόζουσας θέσης (πάγια νομολογία - απόφαση Hoffmann-La Roche, Akzo κ.ά. εν συνεχεία εκτιθέμενες[388]), το Δικαστήριο στην εν λόγω απόφαση δέχεται ότι (σκ. 210 επ.) η κατοχή ευρυτάτων μεριδίων αγοράς (39,7% - 46,3%) αποτελεί άκρως σημαντική ένδειξη κατοχής δεσπόζουσας θέσης, όπως και η σχέση μεταξύ των μεριδίων αγοράς που κατέχουν η ενδιαφερόμενη επιχείρηση και οι άμεσοι ανταγωνιστές της (απόφαση Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, σκέψεις 39 και 48), τούτο δε ισχύει ακόμη περισσότερο αφού οι άμεσοι ανταγωνιστές κατέχουν μικρά μόνο μερίδια αγοράς (βλ., υπό το πνεύμα αυτό, απόφαση του Δικαστηρίου της 14ης Φεβρουαρίου 1978, 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλογή τόμος 1978, σ. 75, σκέψη 111). Έτσι, μερίδια αγοράς πολύ μικρότερα από αυτά που κατέχει στην επίδικη περίοδο η καθ' ης, ακόμη και της τάξης 39,7% - 46,3%, πρέπει να θεωρούνται ως ευρείας εκτάσεως, ιδίως αν συνιστούν πολλαπλάσια των μεριδίων αγοράς εκάστου των πέντε κυριότερων ανταγωνιστών της ΒΑ.

320 Περαιτέρω, όπως επεσήμανε ο ίδιος ο […], η πτώση του ποσοστού των πωλήσεων της καθ' ης και η

σκ. 51.

[387] Βλ. σχετικό πίνακα ανωτέρω.

[388] Της 13.02.1979, Hoffmann-La Roche, ό.π., σκ. 41 (βλ. και σκ. 56 επ.), απόφαση ΔΕΚ της 03.07.1991, AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής, υπόθ. C-62/86, Συλλ. I-3439, σκ. 60, απόφαση ΠΕΚ της 30.01.2007, France Télécom SA κατά Επιτροπής, υπόθ. T-340/03, Συλλ. II-107, σκ. 100 και 103 και απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Atlantic Container Line AB κ.λπ. κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθ. T-191/98, T-212/98 έως T-214/98, σκ. 907, απόφαση ΠΕΚ T-30/89 Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 σ. II-14139 σκ. 89, απόφαση ΠΕΚ της 8.10.1996, Compagnie maritime belge transports SA και Compagnie maritime belge SA, Dafra-Lines A/S, Deutsche Afrika-Linien GmbH & Co. και Nedlloyd Lijnen BV κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθ. T-24/93, T-25/93, T-26/93 και T-28/93, Συλλ. II-01201, σκ. 76. Βλ. και απόφαση ΔΕφΑθ 2265/2010 (Nestle) παρ. 30 και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 144 με περαιτέρω παραπομπές και σε νομολογία ΔΕΕ και ΓενΔικ.

αύξηση των μεριδίων αγοράς ορισμένων ανταγωνιστριών εταιριών συνδέεται με την προσεκτικότερη συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά λόγω της πίεσης από μέρους της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ο έλεγχος της οποία λειτουργούσε, όπως αναγνώρισε ο […] επί της ΑΖ (στο χρόνο κατά τον οποίο η πτώση των μεριδίων αγοράς της ΑΖ ήταν συγκριτικά μεγαλύτερη)[389].

321 Έτσι, όπως κρίθηκε και στην επικαλούμενη από την ΑΖ απόφαση ΒΑ ανωτέρω (σκ. 224) στην προκειμένη περίπτωση, η μείωση των μεριδίων αγοράς που κατέχει η καθ' ης δεν μπορεί, να αποτελέσει την απόδειξη της ελλείψεως δεσπόζουσας θέσεως. Συγκεκριμένα, η θέση την οποία κατέχει η καθ' ης στην αγορά εξακολουθεί να είναι εξέχουσα. Όπως επιβεβαιώνεται με τους πίνακες μεριδίων αγοράς που παρατίθενται ανωτέρω, η σημαντική διαφορά διατηρήθηκε καθ' όλη τη διάρκεια της επίδικης συμπεριφοράς, μεταξύ, αφενός, των μεριδίων αγοράς της καθ' ης και, αφετέρου, τόσο των μεριδίων αγοράς του άμεσου ανταγωνιστή της όσο και των σωρευμένων μεριδίων των πέντε κυριότερων ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στη σχετική προϊοντική αγορά.

322 Σημειώνεται, επιπλέον, ότι το ότι σύμφωνα με την ενωσιακή και την εθνική νομολογία η διατήρηση, ή η αύξηση των μεριδίων μιας δεσπόζουσας επιχείρησης έχει ληφθεί υπόψη σε υποθέσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, δεν συνεπάγεται ότι μείωση των μεριδίων της δεσπόζουσας επιχείρησης συνεπάγεται απώλεια της δεσπόζουσας θέσης, ιδίως αν τα μερίδια αγοράς, όπως εν προκειμένω, παραμένουν σε επίπεδα πάνω από τα όρια που έχουν κατά πάγια νομολογία τεθεί για τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης (μάλιστα η καθ' ης παραθέτει και τη σχετική νομολογία). Συνεπώς το επιχείρημα εξ αντιδιαστολής που επιχειρεί να θέσει η καθ' ης, δεν επηρεάζει την εκτίμηση για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης.

323 Δεν απαιτείται, δε, ειδική μνεία στην Ανακοίνωση της Επιτροπής «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις»[390], την οποία επικαλείται σε αρκετά σημεία η καθ' ης, καθώς αυτή αποτελεί μη δεσμευτική διαδικαστική ανακοίνωση σε σχέση με τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής κατά τη σειρά εξέτασης των υποθέσεών της. Στο βαθμό που αυτή ενσωματώνει τις αρχές της ενωσιακής νομολογίας, οι παραπομπές γίνονται απευθείας στις πρωτότυπες αποφάσεις του Δικαστηρίου. Ειδικότερα, στην εν λόγω ανακοίνωση προτεραιοτήτων όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοινώνει σε ποιες υποθέσεις θα παρεμβαίνει κατά προτεραιότητα περιέχεται απλώς μία αποτύπωση της διοικητικής πρακτικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η οποία εκ της φύσεώς της, δεν μπορεί να έχει δεσμευτική ισχύ για τις εθνικές Αρχές ανταγωνισμού. Οι τελευταίες δεσμεύονται από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ όπως η έννοιά του έχει αποσαφηνιστεί από το Δικαστήριο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Συναφώς, η ίδια η ανακοίνωση προτεραιοτήτων διευκρινίζει ότι «δεν έχει σκοπό να αποτελέσει δεσμευτικό νομοθέτημα» (σκέψη 3). Αντίστοιχα έχουν κριθεί από την ενωσιακή νομολογία σχετικά με τις ανακοινώσεις αυτής της φύσης[391].

---

[389] Πρακτικά Συνεδρίασης ΕΑ 21.3.2014, σ. 52.

[390] Ανακοίνωση της Επιτροπής, Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της συνθήκης ΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, Ε (2009), 864 τελικό.

[391] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ της 13.12.2012, υπόθεση C‑226/11, Expedia Inc. κατά Autorité de la concurrence κ.λπ.,

324 Συμπερασματικά, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει στην αγορά του ζύθου (ανεξαρτήτως κατάτμησης, κατά τα ανωτέρω) θέση οικονομικής ισχύος που αντικειμενικά της παρέχει τη δυνατότητα να παρακωλύει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, συμπεριφερόμενη σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές. Και τούτο διότι δεν υπόκειται σε άμεση και αποτελεσματική πίεση λόγω του ανταγωνισμού κατά τα προεκτεθέντα (βλ. και τα αναλυτικώς ανωτέρω εκτιθέμενα , μεταξύ άλλων σε σχέση με τις συνθήκες και τα μερίδια αγοράς, καθώς και τα εμπόδια εισόδου), λαμβανομένων ιδίως υπόψη της συντριπτικής, σταθερής και μακροχρόνιας υπεροχής της έναντι των λιγοστών ανταγωνιστών της σε όλα τα επίπεδα, καθώς και του σωρευτικού αποτελέσματος των πλεονεκτημάτων που απολαμβάνει. Στοιχειοθετείται, επομένως, στην κρινόμενη υπόθεση, η παγιωμένη δεσπόζουσα θέση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην αγορά παραγωγής και διάθεσης ζύθου στην ελληνική επικράτεια, καθώς και στα επιμέρους επίπεδα και κανάλια διανομής αυτής, και όλοι οι περί του αντιθέτου ισχυρισμοί της καθ' ης πρέπει να απορριφθούν.

X. ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΑΖ

325 Η αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας απαρτίζεται από: α) τα λεγόμενα key accounts, δηλαδή μεγάλους λογαριασμούς πελατών που αφορούν κατά κύριο λόγο σε αλυσίδες καταστημάτων δραστηριοποιούμενες στους τομείς της ταχείας εστίασης, των ξενοδοχείων και της τροφοδοσίας, και β) τα μικρά καταστήματα λιανικής, ήτοι εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης και καφετέριες – μπαρ. Οι επιχειρήσεις της μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας που εξετάσθηκαν δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στο χώρο των super market.

326 Στον Πίνακα ΙΙΙ.19 του Παραρτήματος Ι παρατίθενται οι ενέργειες που διεξήγαγε η Ε.Α. με σκοπό τη διερεύνηση τυχόν παράβασης των άρθρων του άρθρου 2 ν. 703/1977, νυν άρθρου 2 ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 82 ΣΕΚ, νυν άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Η Ε.Α. συνέλεξε στοιχεία τόσο από την καθ' ης Αθηναϊκή Ζυθοποιία, από την καταγγέλλουσα Μύθος Ζυθοποιία και από λοιπές παραγωγικές και εισαγωγικές εταιρίες δραστηριοποιούμενες στον κλάδο, από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης, επιχειρήσεις super market και από ξένους οίκους. Ειδικότερα, μεταξύ άλλων, διενεργήθηκε σειρά αιφνίδιων επιτόπιων ελέγχων στις εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και σημαντικός αριθμός αιφνίδιων επιτόπιων ελέγχων σε ανταγωνίστριες εταιρίες, σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, σε σούπερ μάρκετ και σε τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης. Περαιτέρω, κατά τα ανωτέρω, εξετάσθηκαν τα επιμέρους κανάλια διανομής και διάθεσης και ελήφθησαν ένορκες καταθέσεις από εκπροσώπους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων εκμετάλλευσης τελικών σημείων κατανάλωσης, ενώ επίσης εστάλη μεγάλος αριθμός ερωτηματολογίων σε επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες κατά τα ανωτέρω στην παραγωγή και στη χονδρική και λιανική εμπορία προϊόντων ζύθου.

σκ. 29 επ. και απόφαση της 14.06.2011, C-360/09, Pfleiderer, Συλλογή 2011, σ. I-5161, σκέψη 21.

Συνοπτική Περιγραφή Πρακτικών ΑΖ

327 Κατά την κρίση της Επιτροπής, τα στοιχεία του φακέλου καταδεικνύουν με σαφήνεια τη στρατηγική της καθ' ης, η οποία απέβλεπε, μεταξύ άλλων, στη διατήρηση και την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της, με αποκλεισμό των ανταγωνιστών της σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής και με την παρεμπόδιση και τον περιορισμό των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους, μέσω των συγκεκριμένων πρακτικών που περιγράφονται αναλυτικότερα στις ακόλουθες ενότητες.

328 Η συμπεριφορά της καθ' ης θα αναλυθεί, μόνο για λόγους συστηματοποίησης, ξεχωριστά για κάθε επίπεδο και για κάθε μία από τις κατηγορίες πελατών της στην εν λόγω αγορά, ήτοι:

Πρώτος εξεταζόμενος πυλώνας: Αποκλειστικότητα και συναφείς πρακτικές στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης

329 Στις σχετικές ενότητες θα καταδειχθεί ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, για την υλοποίηση της στρατηγικής της, χρησιμοποίησε ποικίλες πρακτικές, προβαίνοντας, ενδεικτικά, σε επιβολή όρων αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης των εμπορικών της σημάτων, παροχή ποικίλων οικονομικών ανταλλαγμάτων και παροχών υπό τους όρους αποκλειστικότητας και εκτοπισμού συγκεκριμένων ανταγωνιστών, εξατομικευμένες, ενίοτε προκαταβολικά χορηγούμενες παροχές που οδηγούν σε διακριτική μεταχείριση και σε αγορές σημάτων της καθ' ης κατ' αποκλεισμό ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, απειλές και τιμωρητική συμπεριφορά σε περίπτωση συνεργασίας με ανταγωνιστικό προμηθευτή και άλλες πρακτικές ισοδύναμου αποτελέσματος με επιβολή αποκλειστικότητας / αποκλεισμού που αντίκεινται, παρομοίως, στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (πρώην 82 ΣΕΚ).

330 Οι πρακτικές της καθ' ης εξετάζονται στο επίπεδο της επιτόπιας κατανάλωσης ως ακολούθως:

1. για την κατηγορία key accounts, η οποία, όπως αναλύεται, περιλαμβάνει λογαριασμούς σημαντικών πελατών[392] που αφορούν κατά κύριο λόγο σε μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων εστίασης, ταχείας εστίασης, ξενοδοχείων, επιχειρήσεις τροφοδοσίας κ.ά. Με μεγάλο αριθμό πελατών της συγκεκριμένης κατηγορίας η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά κανόνα συνάπτει μακροχρόνιες ή/και διαδοχικά ανανεούμενες κεντρικές συμφωνίες συνεργασίας, με όρους αποκλειστικότητας / κάλυψης των αναγκών των πελατών με προϊόντα της καθ' ης και χορηγεί εκπτώσεις και εν γένει παροχές αποκλειστικότητας.

2. για την κατηγορία άλλων τελικών σημείων (επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης - εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καφετέριες – μπαρ). Η συγκεκριμένη κατηγορία αφορά σε επιχειρήσεις με τις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν συνάπτει, κατά κανόνα, έγγραφες συμβάσεις και η προμήθεια των προϊόντων γίνεται μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

Δεύτερος εξεταζόμενος πυλώνας: Πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα σούπερ μάρκετ – Επιβολή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρου για επίτευξη ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού με

---

[392] Η προμήθεια των καταστημάτων πραγματοποιείται είτε απευθείας από την καθ' ης είτε μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

αντάλλαγμα τη χορήγηση έκπτωσης πίστης

331 Από την αξιολόγηση των στοιχείων του φακέλου προκύπτει, κατά την άποψη της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, ότι ο επιβαλλόμενος από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρος επίτευξης ικανοποιητικού, κατά την κρίση της ίδιας της καθ' ης (μετά από διαπίστωση της εκπλήρωσης του όρου από υπαλλήλους της), μεριδίου στο ράφι σε όλα τα καταστήματα του αντισυμβαλλομένου σούπερ μάρκετ, με αντάλλαγμα την καταβολή ανά τακτά χρονικά διαστήματα περαιτέρω ειδικής έκπτωσης ανερχόμενης σε ποσοστό επί του συνολικού τζίρου του Πελάτη στα προϊόντα της καθ' ης είναι καταχρηστικός, μη δίκαιος και επαυξάνων την πελατειακή πίστη και τον αποκλεισμό ανταγωνιστών.

Τρίτος εξεταζόμενος πυλώνας: Πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη χονδρεμπορική βαθμίδα διανομής

332 Στη σχετική ενότητα εκτίθενται και αξιολογούνται οι πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη χονδρεμπορική βαθμίδα διανομής. Η σημασία αυτής της βαθμίδας διανομής είναι μεγάλη και αντανακλά και στη λιανική πώληση. Ειδικότερα, η ΑΖ χρησιμοποιεί την πιστωτική της πολιτική (μεταξύ άλλων τη χειροτέρευση ή απειλή χειροτέρευσης των όρων πίστωσης και του πιστωτικού ορίου και τη χειροτέρευση των συναλλακτικών όρων όταν ο εκάστοτε χονδρέμπορος διαθέτει ανταγωνιστικά προϊόντα, και την παροχή προνομιακών όρων πίστωσης για αποθεματοποίηση με στόχο τον περιορισμό του εφοδιασμού από ανταγωνιστές και τον αποκλεισμό αυτών) κατά τρόπο που να εξυπηρετεί τις εδώ εκτιθέμενες πρακτικές αποκλεισμού, επιφέροντας παράλληλα ανταγωνιστικό μειονέκτημα στους αντισυμβαλλόμενους που δεν δέχονται τους σχετικούς όρους αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων. Η καθ' ης χρησιμοποιεί, πέραν των πιστώσεων, μεταξύ άλλων, τη χορήγηση εμπράγματων εγγυήσεων, την παροχή δανείων και άλλων οικονομικών κινήτρων στους πελάτες με τον όρο αποκλειστικότητας ή περιορισμού του εφοδιασμού τους από ανταγωνιστές, τις υπό αντίστοιχους όρους χρηματικές και άλλες παροχές, τη δυσμενή μεταχείριση μη αποκλειστικών χονδρεμπόρων, την εν γένει επιβολή αποκλειστικότητας ή επαύξησης πίστης των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων ή διακοπής της διακίνησης και αντικατάστασης ανταγωνιστικών σημάτων, ενίοτε με την παροχή ανταλλαγμάτων όπως την ανάθεση της εξυπηρέτησης των τελικών σημείων και τις τριγωνικές πωλήσεις, οι οποίες χρησιμοποιούνται ως κίνητρο ή ως μέσα πίεσης και τρόπος για τον αποκλεισμό ανταγωνιστικών προϊόντων.

XI. ΕΝΙΑΙΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΡΚΗΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΒΑΣΗΣ

333 Οι εξετασθείσες πρακτικές παρουσιάζουν σχέση συμπληρωματικότητας, υπό την έννοια ότι έκαστη εξ αυτών αποσκοπεί στην αντιμετώπιση των συνεπειών της κανονικής λειτουργίας του ανταγωνισμού, και δη στον αποκλεισμό, την παρεμπόδιση, και τη μη επέκταση των πραγματικών και δυνητικών ανταγωνιστών, και μάλιστα σε ό,τι αφορά πολλαπλούς διαύλους διανομής και διάθεσης του προϊόντος στον καταναλωτή. Οι ενέργειες της καθ' ης συντείνουν στην επίτευξη των ως άνω σκοπών που επιδιώκονται με το συνολικό αυτό σχέδιο. Η εν λόγω σχέση συμπληρωματικότητας επιβεβαιώνεται από τη μακροχρόνια, διαδοχική και αδιάλειπτη εφαρμογή τους, από το περιεχόμενο και τις

χρησιμοποιούμενες ως άνω μεθόδους και τον κοινό, διαρκή στόχο παροχής κινήτρων στους πελάτες για επίτευξη αποκλειστικότητας ή εκτοπισμό ανταγωνιστών και στρέβλωση της δομής της αγοράς[393]. Η επί μακρόν συνεπής συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποτελεί έκφανση ενιαίας και συνολικής, στοχευμένης, στρατηγικής και στο πλαίσιο αυτό κάθε μία εκ των ανωτέρω επιμέρους πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας - αυτοτελής παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού, συνιστά και τμήμα της ενιαίας στρατηγικής της εταιρίας[394] και όλες συμβάλλουν, μέσω του συνδυαστικού τους αποτελέσματος, στην επίτευξη ενός κοινού, αντίθετου προς τον ανταγωνισμό, σκοπού[395].

334 Ειδικότερα, διάφορες πολιτικές και πρακτικές της ΑΖ τόσο σε επίπεδο χονδρικής όσο και σε επίπεδο λιανικής, παρότι λαμβάνουν διαφορετικές μορφές (ρήτρες αποκλειστικότητας, εκπτώσεις πίστης, εκπτώσεις έναντι δέσμευσης χώρου, αποκλεισμός των προϊόντων των ανταγωνιστών κ.λπ.) και υλοποιούνται με διαφορετική ένταση κατά την εξεταζόμενη περίοδο πρέπει να ιδωθούν, τόσο η κάθε μία μεμονωμένα όσο και η δέσμη όλων μαζί, υπό το πρίσμα της γενικότερης στρατηγικής της ΑΖ. Η εν λόγω στρατηγική, όπως καταδεικνύεται από το περιεχόμενο και το ύφος των εσωτερικών εγγράφων της καταγγελλόμενης, στόχευε ιδίως στην αποκλειστικότητα, στην επιθετική διατήρηση και επέκταση της δεσπόζουσας θέσης της, καθώς και στη δυσχέρανση της εισόδου και διατήρησης των πραγματικών και δυνητικών ανταγωνιστών της.

335 Οι προεκτεθείσες πρακτικές της καθ' ης συνιστούν καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, ήτοι σοβαρή παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού, και υλοποιούνται με σειρά ενεργειών οι οποίες εντάσσονται σε συνολικό σχέδιο. Συνιστούν περίπτωση μιας αλληλουχίας πράξεων και διαρκούς συμπεριφοράς, οπότε μπορεί ορθώς να θεωρηθεί ότι τα επιμέρους στοιχεία τους συνθέτουν μία ενιαία παράβαση[396], λόγω του κοινού τους σκοπού, ήτοι της νοθεύσεως του ανταγωνισμού εντός της ελληνικής επικράτειας και, κατ' επέκταση, της κοινής αγοράς. Όπως προαναφέρθηκε, παρά τον αντικειμενικό χαρακτήρα της έννοιας της κατάχρησης[397], στοιχεία τα οποία καταδεικνύουν την πρόθεση της δεσπόζουσας επιχείρησης να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της (όπως, όλως ενδεικτικά, η συμπληρωματικότητα των πρακτικών, έγγραφα εσωτερικά στοιχεία της δεσπόζουσας επιχείρησης που αποτυπώνουν την εν λόγω πρόθεση, στοιχεία από τις κεντρικές στρατηγικές [...] και η παρακολούθηση της εφαρμογής τους) λαμβάνονται υπόψη ως άμεσα αποδεικτικά στοιχεία κατά την ερμηνεία των εμπορικών πρακτικών της δεσπόζουσας επιχείρησης, ώστε να διαγνωσθεί αν σχεδιάσθηκαν και υλοποιήθηκαν ως εκφάνσεις μιας ενιαίας στρατηγικής με στόχο τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών.

---

[393] Βλ. απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση T-321/05, AstraZeneca AB και AstraZeneca plc κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 892-893 και απόφαση ΠΕΚ της 12.12.2007, T-101/05 και T-111/05, BASF και UCB κατά Επιτροπής, Συλλ. II-4949, σκ. 179 και 181.

[394] Βλ. και προπαρατεθείσα απόφαση COMP/C-3/37.990 — Intel, ό.π., παρ. 1746 επ. όπου η Επιτροπή αντιμετωπίζει τις καταχρηστικές πρακτικές της Intel συγκεντρωτικά στο πλαίσιο μίας ενιαίας στρατηγικής με σωρευτικό αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα.

[395] Βλ, υπ' αυτή την έννοια, απόφαση ΠΕΚ T-54/03, Lafarge κατά Επιτροπής, σκ. 482, καθώς και απόφαση ΠΕΚ T-446/05, Amann & Söhne και Cousin Filterie κατά Επιτροπής, σκ. 92 (και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).

[396] Βλ, σχετικώς, απόφαση ΔΕΚ C-204/00 P, C-205/00 P, C-211/00 P, C-213/00 P, C-217/00 P και C-219/00 P, Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 258 (και εκεί παρατιθέμενη νομολογία). Βλ. επίσης απόφαση ΠΕΚ T-279/02 Degussa AG κατά Επιτροπής, σκ. 155.

[397] Βλ. ανωτέρω Κεφ. 4.1.

Τέτοιου είδους στοιχεία συμβάλλουν στην κατανόηση των υπό εξέταση συμβάντων και στην πρόβλεψη των συνεπειών τους στο επίπεδο ανταγωνισμού της υπό εξέταση κάθε φορά αγοράς[398].

336 Δεδομένου ότι το σύστημα των αντιανταγωνιστικών πρακτικών της ΑΖ ενσωμάτωνε κοινές και διαχρονικές προσπάθειες προς επιδίωξη ενός ενιαίου οικονομικού σκοπού, δηλαδή της στρέβλωσης της δομής του ανταγωνισμού και της διατήρησης της δεσπόζουσας θέσης της εταιρίας για την επίμαχη χρονική περίοδο, θα ήταν πλασματικό να κατατμηθεί η συμπεριφορά αυτή, την οποία χαρακτηρίζει ένας κοινός σκοπός, σε πολλές, διακριτές, επιμέρους παραβάσεις. Οι υπό εξέταση αντιανταγωνιστικές πρακτικές από την ίδια επιχείρηση, οι οποίες είχαν, μεταξύ άλλων, κοινό αντικείμενο[399] και αφορούσαν στα ίδια προϊόντα[400], στοιχειοθετούν, ως σύνολο, μία ενιαία και διαρκή παράβαση κατά την έννοια των κείμενων διατάξεων.

337 Συμπερασματικά, εν προκειμένω, η εμβέλεια, η χρονική αλληλουχία και η συμπληρωματικότητα των σχετικών καταχρηστικών πρακτικών, καθώς και η κοινή τους στόχευση στο πλαίσιο μιας μακρόχρονης στρατηγικής αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καθ' ης, καταδεικνύουν με σαφήνεια τον ενιαίο χαρακτήρα τους και οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η ΑΖ είχε υιοθετήσει και υλοποιούσε μια ενιαία, μακρόχρονη και στοχευμένη στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της[401]. Στο πλαίσιο αυτό, κάθε επιμέρους καταχρηστική πρακτική της καταγγελλόμενης μπορεί να συνιστά αυτοτελή παράβαση υπό το πρίσμα των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης), αλλά και τμήμα μιας ενιαίας παράβασης των ίδιων διατάξεων.

---

[398] Βλ. αποφάσεις Γενικού Δικαστηρίου, υπόθ. T-111/96 *ITT Promedia NV κατά Επιτροπής* Συλλ. 1989 σ. ΙΙ-2937 και υπόθ. T-155/06 *Tomra Systems ASA, Tomra Europe AS, Tomra Systems GmbH, Tomra Systems BV, Tomra Leergutsysteme GmbH, Tomra Systems AB και Tomra Butikksystemer AS κατά Επιτροπής (Tomra),* σκ. 35 και 39, και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής, *Decca Navigator System* ΕΕ 1989 L 43/27. Κατά την ευρωπαϊκή νομολογία «…εν όψει εφαρμογής του άρθρου 82 ΕΚ, η απόδειξη του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αντικειμένου και του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματος ταυτίζονται (βλ. σχετικώς την απόφαση Irish Sugar κατά Επιτροπής, […], σκέψη 170). Συγκεκριμένα, εάν αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά επιχειρήσεως κατέχουσας δεσπόζουσα θέση έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, η εν λόγω συμπεριφορά θα είναι επίσης ικανή να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα», βλ. απόφαση ΠΕΚ, υπόθ. T-203/01 *Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής,* Συλλ. 2003 σ. ΙΙ-4071, σκ. 241.

[399] Βλ. αποφάσεις ΠΕΚ T-21/99, DanskRörindustri κατά Επιτροπής, σκ. 67, ΠΕΚ T-43/02 Jungbunzlauer κατά Επιτροπής, σκ. 312 και ΠΕΚ T-110/97, SiemensAG κατά Επιτροπής παρ. 241. Συναφώς, βλ. απόφαση ΔΕΚ C-113/04 P, Technische Unie κατά Επιτροπής, σκ. 169, 170 και 171.

[400] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις του ΠΕΚ T-71/03, T-74/03, T-87/03 και T-91/03, Tokai Carbon κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 118, 119 και 124, ΠΕΚ T-43/02 Jungbunzlauer κατά Επιτροπής, σκ. 312 και ΠΕΚ T-110/97, Siemens AG κατά Επιτροπής, σκ. 241.

[401] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις COMP/C-3/37.990 Intel της 13-5-2009, παρ. 1740 επ., COMP/E-1/38.113 Prokent-Tomra, ΕΕ C(2006)734, παρ. 392, COMP/C-3/37.792 Microsoft της 24-3-2004, παρ. 1064.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

338 Στην παρούσα ενότητα εκτίθενται καταχρηστικές πρακτικές της καθ' ης στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας, οι οποίες, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, μεμονωμένα και από κοινού, κατατείνουν σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από την αγορά αυτή. Η συμπεριφορά της καθ' ης αναλύεται, μόνο για λόγους συστηματοποίησης, ξεχωριστά για κάθε μία από τις κατηγορίες πελατών της στην εν λόγω αγορά, ήτοι:

339 **α)** για την κατηγορία key accounts, η οποία, όπως ήδη έχει αναφερθεί, περιλαμβάνει λογαριασμούς πελατών που αφορούν κατά κύριο λόγο σε μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων εστίασης, ταχείας εστίασης, ξενοδοχείων, καθώς και επιχειρήσεις τροφοδοσίας. Με τους πελάτες της συγκεκριμένης κατηγορίας η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά κανόνα συνάπτει διαδοχικές κεντρικές συμφωνίες συνεργασίας, η διάρκεια των οποίων υπερβαίνει το έτος, ενώ η προμήθεια των καταστημάτων πραγματοποιείται είτε απευθείας από την καθ' ης είτε μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Το μέγεθος, σε όρους ετήσιων αγορών, των συγκεκριμένων πελατών είναι πολύ μεγαλύτερο σε σχέση με το αντίστοιχο της ακόλουθης κατηγορίας β) λοιπών τελικών σημείων.

340 **β)** για την κατηγορία λοιπών τελικών σημείων (εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καφετέριες – μπαρ). Η συγκεκριμένη κατηγορία αφορά σε επιχειρήσεις με τις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν συνάπτει, κατά κανόνα, γραπτές συμβάσεις και η προμήθεια των προϊόντων γίνεται μέσω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

341 Στις εν λόγω υποενότητες θα καταδειχθεί ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προέβη, ενδεικτικά, σε επιβολή όρων αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης των εμπορικών της σημάτων, προκαταβολική χορήγηση παροχών και εν γένει πολλαπλών οικονομικών ανταλλαγμάτων υπό τους όρους αποκλειστικότητας και εκτοπισμού συγκεκριμένων ανταγωνιστών, εξατομικευμένες παροχές που οδηγούν σε διακριτική μεταχείριση, σε αγορές σημάτων της καθ' ης κατ' αποκλεισμό ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και σε απειλές και τιμωρητική συμπεριφορά σε περίπτωση συνεργασίας με ανταγωνιστικό προμηθευτή και άλλες πρακτικές ισοδύναμου αποτελέσματος με επιβολή αποκλειστικότητας / αποκλεισμού.

Γενικά

342 Η επιβολή υποχρεώσεων αποκλειστικότητας από μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και των αντίστοιχων εθνικών διατάξεων και μία δεσπόζουσα επιχείρηση η οποία δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της,

σύμφωνα με τις διατάξεις αυτές, ανεξαρτήτως του αν η εν λόγω αποκλειστικότητα συμφωνήθηκε χωρίς περαιτέρω παροχές ή σε αντάλλαγμα χορηγούμενης έκπτωσης[402]. Κατά πάγια νομολογία, οι ρήτρες αποκλειστικής αγοράς, όταν επιβάλλονται από δεσπόζουσες επιχειρήσεις, από τη φύση τους κατατείνουν στη διατήρηση ή/και ενίσχυση του δεσμού εξάρτησης που υφίσταται μεταξύ της δεσπόζουσας επιχείρησης και των πελατών της. Τέτοιου είδους υποχρεώσεις παρεμποδίζουν τον αγοραστή να επιλέξει τις πηγές εφοδιασμού του, δυσχεραίνουν την πρόσβαση νέων ανταγωνιστών στη βαθμίδα του προμηθευτή (αφού δυσχεραίνεται η συνεργασία τους με τους διανομείς των προϊόντων, άρα η πρόσβασή τους στα δίκτυα διανομής, αλλά και η συνεργασία τους με τα τελικά σημεία πώλησης), αποτρέπουν την περαιτέρω επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών και επιτρέπουν στη δεσπόζουσα επιχείρηση να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά. Τα ανωτέρω ισχύουν τόσο στην περίπτωση που οι εν λόγω υποχρεώσεις συμφωνούνται με διανομείς όσο και στην περίπτωση που επιβάλλονται σε πελάτες[403].

343 Οι ρήτρες αποκλειστικότητας από τη φύση τους έχουν τη δυνατότητα αποκλεισμού[404], χωρίς να απαιτείται να αποδειχθεί ο πραγματικός αντίκτυπος των εν λόγω πρακτικών στην αγορά[405]. Δεν απαιτείται, συνεπώς, να αποδειχθεί αν ο σκοπούμενος αποκλεισμός των ανταγωνιστών όντως έλαβε χώρα, ποιο είναι το ποσοστό της αγοράς που δεσμεύεται από τις υπό εξέταση ρήτρες αποκλειστικότητας, αν δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και επέκταση στην αγορά μελλοντικών ή υφιστάμενων ανταγωνιστών κ.λπ. Και τούτο διότι, λόγω ακριβώς της δεσπόζουσας θέσης που κατέχει ο προμηθευτής, ο ανταγωνισμός στην εν λόγω αγορά είναι ήδη περιορισμένος και η δομή αυτής μη φυσιολογική[406].

---

[402] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 89, ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 149, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 68, και ΠΕΚ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 160.

[403] Βλ. ενδεικτικά ΓενΔικ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 208-209, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 65 επ., ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 149 και ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 80 και 89 επ., C-393/92 Δήμος του Almelo (προδικαστικό ερώτημα), σκ. 44, απόφαση Ευρ. Επιτροπής 91/299/ΕΟΚ, ό.π., παρ. 57, απόφαση ΕΑ (Ολομ.) 520/VI/2011, παρ. 192 επ. Η επιβολή ρητρών αποκλειστικότητας και η παροχή εκπτώσεων αποκλειστικότητας ή αφοσίωσης οδηγεί ταυτόχρονα τόσο σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών όσο και σε διάκριση μεταξύ των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης βάσει αποκλειστικότητας. Επίσης, σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς του 2000 (ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σ. 1), όταν ο προμηθευτής κατέχει δεσπόζουσα θέση, κάθε υποχρέωση αγοράς των εκάστοτε προϊόντων αποκλειστικά ή κυρίως από τον δεσπόζοντα προμηθευτή μπορεί εύκολα να οδηγήσει σε σοβαρό πρόβλημα στεγανοποίησης της αγοράς. Σε σχέση, δε, με τα τελικά προϊόντα, αναφέρεται ότι για μία επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, ακόμη και ένα μικρό δεσμευμένο μερίδιο αγοράς είναι ήδη πιθανό να οδηγήσει σε σοβαρή υπονόμευση του ανταγωνισμού. Βλ. επίσης και Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς του 2010, οι οποίες ισχύουν μετά την έναρξη ισχύος του Κανονισμού (ΕΚ) 330/2010, ήτοι από 01-06-2010 (βλ. άρθρο 10 του Κανονισμού).

[404] Βλ. Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 29.03.2006, υπόθεση COMP 38113 Prokent-Tomra, 2008/C 219/12 (περίληψη), ιδίως παρ. 290 «Οι υποχρεώσεις αποκλειστικότητας επειδή επιβάλλουν στους πελάτες να προμηθευτούν όλη ή σημαντικό μέρος της ζήτησής τους από τον δεσπόζονταπρομηθευτή, έχουν εκ φύσεως δυνατότητα αποκλεισμού».

[405] Βλ. απόφαση ΓενΔικ υπόθ. T-155/06 Tomra Systems ASA, Tomra Europe AS, Tomra Systems GmbH, Tomra Systems BV, Tomra Leergutsysteme GmbH, Tomra Systems AB και Tomra Butikksystemer AS κατά Επιτροπής *(Tomra)*, σκ. 287-290.

[406] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 P BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1995, σ. I-5077, σκ. 11,

344 Οι ρήτρες αποκλειστικότητας αντίκεινται στα άρθρα 2 του ν. 703/77, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, τόσο αυτοτελώς όσο και, *a fortiori*, σε συνδυασμό με την παρεχόμενη για αυτές έκπτωση και λοιπές παροχές, οι οποίες ενισχύουν έτι περαιτέρω τα αποτελέσματα της ρήτρας αποκλειστικότητας[407]. Και τούτο, διότι κατά την υποθετική περίπτωση που κάποιος πελάτης θα αποφάσιζε να αλλάξει προμηθευτή θα έπρεπε να συνυπολογίσει στις απώλειές του, τόσο τον κύκλο εργασιών από τα διακοπτόμενα προϊόντα, όσο και τις εν λόγω υψηλού ποσοστού παροχές. Εξάλλου, η χορήγηση έκπτωσης ή παροχών υπό μορφή ανταλλάγματος για την αποκλειστικότητα ή την οιονεί αποκλειστικότητα συνιστά και αυτοτελώς παράβαση των άρθρων 2 του ν. 703/77 και 102 ΣΛΕΕ[408]. Όσον αφορά ειδικότερα τη χορήγηση εκπτώσεων από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, από πάγια νομολογία προκύπτει ότι αντιβαίνει προς το άρθρο 102 ΣΛΕΕ (πρώην 82 ΕΚ) και από τα άρθρα 2 ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 η έκπτωση υπέρ πιστών πελατών, που παρέχεται εις αντάλλαγμα δεσμεύσεως του πελάτη να προμηθεύεται αποκλειστικά ή σχεδόν αποκλειστικά από την επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση. Μια τέτοια έκπτωση κατατείνει, πράγματι, στο να εμποδίσει, με τη χορήγηση οικονομικού πλεονεκτήματος, τον εφοδιασμό των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς[409]. Γενικότερα, σύστημα εκπτώσεων το οποίο είχε σκοπό να εμποδίσει τον εφοδιασμό των πελατών από τους ανταγωνιστές στην αγορά θα θεωρηθεί αντίθετο προς τους σχετικούς κανόνες αν εφαρμόζεται από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση. Γι' αυτόν το λόγο, το Δικαστήριο έκρινε ότι έκπτωση συνδεόμενη με την πραγματοποίηση στόχου αγοράς αντέβαινε επίσης προς τα εν λόγω άρθρα[410].

345 Προκειμένου να διαπιστωθεί ο ενδεχόμενος καταχρηστικός χαρακτήρας ενός συστήματος εκπτώσεων στόχων εκτιμάται το σύνολο των υπό κρίση περιστάσεων, και ιδίως τα κριτήρια και οι λεπτομέρειες χορηγήσεως των εκπτώσεων (αναδρομικός χαρακτήρας, περίοδος αναφοράς κλπ), η θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης, το μέγεθος των ανταγωνιστών της και η δυνατότητά τους να προσφέρουν αντίστοιχες εκπτώσεις. Εξετάζεται, επίσης, εάν οι ως άνω εκπτώσεις αποβλέπουν, με τη χορήγηση πλεονεκτήματος που δεν στηρίζεται σε καμία οικονομική αντιπαροχή που να το δικαιολογεί, στο να αφαιρέσουν από τον αγοραστή, ή να του περιορίσουν, τη δυνατότητα επιλογής όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο στην αγορά των ανταγωνιστών, να εφαρμόσουν σε εμπορικώς συναλλασσόμενους όρους για ισοδύναμες παροχές ή να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση νοθεύοντας τον ανταγωνισμό[411]. Έχει κριθεί σχετικώς ότι εκπτωτικά συστήματα στόχων πωλήσεων συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν.

σχετικές Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Léger, Συλλ. 1995, σ. I-865, σκ. 44-47 και ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 194.

[407] Βλ. ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 197 με παραπομπή και σε απόφαση ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 120

[408] Ομοίως ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 197.

[409] Βλ. αποφάσεις ΔΕΚ της 16ης Δεκεμβρίου 1975, 40/73 έως 48/73, 50/73, 54/73 έως 56/73, 111/73, 113/73 και 114/73, Suiker Unie κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 507, σκ. 518, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σ. 461, σκ. 89 και 90, Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983 σ. 3461, σκ. 71, και BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 120, και απόφαση ΠΕΚ της 17.12.2003, T-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, σκ. 244 επ.

[410] Ibid. και απόφαση Michelin κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 86.

[411] Βλ. σχετικά αποφάσεις ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 73 και 85/76 Hoffmann-LaRoche & Co. AG κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 90, αποφάσεις ΠΕΚ στις υποθέσεις T-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] II-4082, σκ. 57, 59 και 60, T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. [2003] II-5917, σκ. 270 και T-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 114 & 197, απόφαση Ε.Α. 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 311.

3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, επειδή κατατείνουν σαφώς στη δέσμευση των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης και επειδή καθιστούν δύσκολη την είσοδο ή/και επέκταση των ανταγωνιστών στην αγορά[412]. Συναφώς, η εφαρμογή εκπτωτικών προγραμμάτων βάσει στόχων πωλήσεων, η χορήγηση εκπτώσεων με βάση τις ποσότητες των σχετικών προϊόντων που πωλούνται από τον εκάστοτε αγοραστή κατά τη διάρκεια μίας σχετικά μεγάλης περιόδου αναφοράς, έχει ως αναπόφευκτη συνέπεια την αύξηση της πίεσης στον αγοραστή κατά το τέλος της περιόδου αναφοράς να πραγματοποιήσει τον αριθμό εκείνο αγορών που είναι αναγκαίος, προκειμένου να λάβει το όφελος (ή να μην υποστεί τη ζημία) που προβλέπεται για το σύνολο της χρονικής περιόδου. Με τον τρόπο αυτό, παρεμποδίζονται οι μεταπωλητές από το να μπορούν να επιλέγουν ανά πάσα στιγμή, σε συνάρτηση και με τις συνθήκες της αγοράς (και όχι αποκλειστικά σε συνάρτηση με τη βούληση του προμηθευτή τους), την ευνοϊκότερη προσφορά από εκείνες που τους κάνουν διάφοροι ανταγωνιστές και να αλλάζουν προμηθευτή χωρίς δυσμενείς οικονομικές συνέπειες σε μεγάλο βαθμό εις βάρος τους. Καθίσταται δε δυσχερέστερη για τους ανταγωνιστές η είσοδός τους στην αγορά, αφού οι τελευταίοι πολύ δύσκολα θα μπορούσαν να αντισταθμίσουν το όφελος ή τη ζημία των πωλητών με τις εκπτώσεις, τις οποίες οι ίδιοι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν [413].

346 Υπό το πρίσμα αυτό, το σύστημα εκπτώσεων «στόχων πωλήσεων» που εφαρμόζει μία επιχείρηση, η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, εμπίπτει στην απαγόρευση που προβλέπεται στα άρθρα 2 του ν. 703/1977. 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Ο τυχόν αναδρομικός χαρακτήρας των χορηγούμενων εκπτώσεων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι εν λόγω εκπτώσεις στερούνται οποιασδήποτε αντικειμενικής σχέσης με την επίτευξη υψηλότερων πωλήσεων από τη δεσπόζουσα επιχείρηση[414]. Εξάλλου, η ως άνω κατάσταση της εξάρτησης των μεταπωλητών που δημιουργείται από ένα τέτοιο εκπτωτικό σύστημα στόχων πωλήσεων, δεν στηρίζεται σε οικονομικά δικαιολογημένο αντιστάθμισμα[415] ενώ η τυχόν επιθυμία της δεσπόζουσας επιχείρησης για περισσότερες πωλήσεις και/ ή για καλύτερο προγραμματισμό της παραγωγής της δεν δικαιολογούν τη χορήγηση εκπτώσεων βάσει στόχων αγορών[416]. Συνεπώς, βελτιώσεις της διανεμητικής ή παραγωγικής αποτελεσματικότητας δεν γίνονται δεκτές από τη νομολογία προς δικαιολόγηση τέτοιου τύπου προγραμμάτων εκπτώσεων, λαμβανομένης πάντα υπόψη της ιδιαίτερης ευθύνης που φέρει η δεσπόζουσα επιχείρηση να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού[417]. Κατά πάγια δε νομολογία, δεν απαιτείται να αποδειχθούν συγκεκριμένα πραγματικά ή άμεσα αποτελέσματα των καταχρηστικών

---

[412] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 31 και 34, ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 13, απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] ΙΙ-4082, σκ. 74 καθώς και απόφαση Ε.Α. 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 312.

[413] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 13, ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 81 και 85 καθώς και αποφάσεις Ε.Α. 207/ΙΙΙ/2002 (ΑΓΝΗ ΑΒΕΕ κατά Coca-Cola) παρ. 2.4 και 434/V/2009 (Nestle), παρ. 42.

[414] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. ΙΙ-5917, σκ.282-283.

[415] Βλ. σχετ. ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 13, όπου και παραπομπές σε σχετική νομολογία των ευρωπαϊκών δικαστηρίων, απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] ΙΙ-4082, σκ. 98 και 100, καθώς και απόφαση Ε.Α. 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 313.

[416] Βλ. σχετ. ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 13 καθώς και ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 85.

[417] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] ΙΙ-4082, σκ. 55, Τ-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. ΙΙ-2969, σκ. 112, καθώς και ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 57.

πρακτικών. Αρκεί να αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή ότι η συμπεριφορά είναι ικανή ή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα[418]. Συναφώς, εφόσον αποδειχθεί ότι το εν λόγω σύστημα εκπτώσεων κατατείνει στον περιορισμό του ανταγωνισμού, μέσω της στεγανοποίησης της αγοράς και του αποκλεισμού των ανταγωνιστών, δεν απαιτείται να εξεταστεί αν επέρχεται άμεση βλάβη στον καταναλωτή. Και τούτο, μεταξύ άλλων, διότι οι σχετικές διατάξεις αποβλέπουν στην προστασία της δομής της οικείας αγοράς εν γένει από τεχνητές στρεβλώσεις, προστατεύοντας έτσι τα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα συμφέροντα των καταναλωτών[419]. Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι, όπως κρίθηκε στην απόφαση Tomra του ΔΕΕ[420], ο αποκλεισμός του ανταγωνισμού σε ουσιώδες μέρος της αγοράς από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να δικαιολογείται με την απόδειξη του ότι το ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς εξακολουθεί να αρκεί για να δρα σε αυτό περιορισμένος αριθμός ανταγωνιστών. Αφενός, οι πελάτες που βρίσκονται στο κλειστό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της. Αφετέρου, ο ρόλος της επιχειρήσεως με δεσπόζουσα θέση δεν είναι να προσδιορίζει σε πόσους βιώσιμους ανταγωνιστές παρέχεται η δυνατότητα να την ανταγωνιστούν στο ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της ζητήσεως. Περαιτέρω, σύμφωνα με τον ενωσιακό δικαστή, ο ορισμός συγκεκριμένου ορίου αποκλεισμού από την αγορά δεν είναι αναγκαίος, προκειμένου να εφαρμοστεί το άρθρο 102 ΣΛΕΕ.

1. ΡΗΤΡΕΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ («KEY ACCOUNTS»)

347 Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, και δη από την εξέταση έγγραφων συμβάσεων που έχει συνάψει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με τους πελάτες που ανήκουν στο επίπεδο της επιτόπιας κατανάλωσης, η ΑΖ συστηματικά προωθούσε, συνήπτε και διατηρούσε, για μακρό χρονικό διάστημα, αποκλειστικές συμφωνίες στους πελάτες της που ανήκουν στο συγκεκριμένο δίαυλο διάθεσης (στα ειδικά κανάλια διανομής 'key accounts' που συνιστούν οι αλυσίδες μαζικής εστίασης, πελάτες που δραστηριοποιούνται σε ακτοπλοϊκές γραμμές, ξενοδοχεία, κινηματογράφουις κ.ά.). Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται από επιπρόσθετα, συγκλίνοντα στοιχεία που συνελέγησαν από διαφορετικές πηγές κατά την έρευνα της Υπηρεσίας. Βάσει των ανωτέρω επαληθεύεται η σχετική αιτίαση της Μύθος και άλλων ανταγωνιστών.

348 Για τις αποκλειστικές αλυσίδες μαζικής εστίασης επιφυλάσσονται εν γένει, επίσης, σημαντικές οικονομικές αντιπαροχές που στοχεύουν στην επιβράβευση της πίστης του αντισυμβαλλομένου και

---

[418] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34, ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, αποφάσεις ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 293 και 297, Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (curia), σκ. 215, 289-290, καθώς και Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] II-4082, σκ. 239, καθώς και απόφαση Ε.Α. 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 314.

[419] Βλ. σχετικά ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής Συλλ. 2007, σελ. I-2331, σκ. 106-107 και ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 264, απόφαση της Επιτροπής στην υπόθεση COMP/E.-1/38.113/Prokent-Tomra, παρ. 280.

[420] Της 19.04.2012, υπόθ. C-549/10 P, προπαρατ., σκ. 42 επ.

μέσω των οποίων επιδιώκεται, ομοίως, η παρεμπόδιση του εφοδιασμού της αλυσίδας καταστημάτων από ανταγωνιστές παραγωγούς / προμηθευτές. Αυτές συνήθως περιλαμβάνουν: [...]. Σημειώνεται ότι οι εδώ εξεταζόμενες εκπτώσεις δεν είναι τυποποιημένες και δεν παρέχονται βάσει τυποποιημένης εκπτωτικής κλίμακας, δεν μπορούν όλοι οι πελάτες της ΑΖ να τύχουν της ίδιας έκπτωσης ανάλογα με το άθροισμα των παραγγελιών τους για την περίοδο αναφοράς, και εξ αυτού συνάγεται ότι το σύστημα εκπτώσεων της καθ' ης επισύρει την εφαρμογή, έναντι των εμπορικών της εταίρων, διαφορετικών όρων για τις ίδιες παροχές, κατά την έννοια του άρθρου 2, στοιχείο γ' ν. 3959/2011 και 102, στοιχείο γ΄, ΣΛΕΕ. Και αυτό παρότι ακόμη και αν ένα σύστημα εκπτώσεων εφαρμόζεται χωρίς διακρίσεις δεν σημαίνει ότι αποκλείεται να γίνει δεκτό ότι έχει καταχρηστικό χαρακτήρα[421].

349 Οι εδώ εκτιθέμενες συμφωνίες και όροι αποκλειστικότητας, μεταξύ των οποίων και οι υποχρεώσεις κάλυψης των αναγκών των καταστημάτων και τα συστήματα εκπτώσεων που συνδέονται με την αποκλειστικότητα αποτελούν μέρος της γενικότερης πολιτικής της καθ' ης για την αποτροπή της πρόσβασης, της εισόδου ή της ανάπτυξης των πραγματικών και εν δυνάμει ανταγωνιστών της στην αγορά, στο πλαίσιο της προσπάθειας ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της στην αγορά. Οι πρακτικές εκπτώσεων και παροχών λειτουργούσαν συμπληρωματικά σε σχέση με τις συμφωνίες αποκλειστικότητας, στο πλαίσιο της συνολικής πολιτικής και του στόχου της καθ' ης[422].

350 Επομένως, οι εδώ εκτιθέμενες πρακτικές, σε συνδυασμό με τις υπόλοιπες καταχρηστικές πρακτικές της ΑΖ που όπως αναλύεται στο οικείο σημείο καταλαμβάνουν όλους σχεδόν τους διαύλους διανομής των σχετικών προϊόντων (διάθεση σε χονδρεμπορικό και λιανεμπορικό επίπεδο ζύθου, σε βαθμίδες επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης), δημιουργούν ένα πλέγμα συμβατικών υποχρεώσεων και οικονομικών κινήτρων οι οποίες, επί της ουσίας και εν τοις πράγμασι, τόσο αυτοτελώς κρινόμενες όσο και συνολικά, κατατείνουν στην αποκλειστικότητα του σημείου πώλησης, στην παγίωση σημαντικού τμήματος της ζήτησης, στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τα κανάλια διανομής και στον περιορισμό των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους. Τα ενδεχόμενα αποτελέσματα των ως άνω πρακτικών επάλληλης αποκλειστικότητας ενισχύονται από τα αναλυόμενα κατωτέρω συστήματα εκπτώσεων και παροχών που χορηγούνται από την ΑΖ.

351 Εκ προοιμίου σημειώνεται από τις ανω των πενήντα (50) αλυσίδων μαζικής εστίασης που εξετάσθηκαν, αυτές για τις οποίες βρέθηκαν στοιχεία ρητής και de facto αποκλειστικότητας καλύπτουν περίπου το 78% των καταστημάτων γρήγορης εξυπηρέτησης σε εθνικό επίπεδο, δηλαδή περίπου το 78% των καταστημάτων γρήγορης εξυπηρέτησης που ερευνήθηκε έχει κάλυψη με συμφωνίες αποκλειστικότητας με την ΑΖ[423].

---

[421] ΔΕΚ C-322/81 Nederlandsche Banden-Industrie-Michelin κατά Επιτροπής, σκ. 86 επ.

[422] Επιπλέον, όπως αναλύεται και κατωτέρω, και στις περιπτώσεις που ο όρος της αποκλειστικότητας απαλείφεται από τη σύμβαση, τα συστήματα εκπτώσεων κατατείνουν στο ίδιο αποτέλεσμα πελατειακής πίστης. Έχει κριθεί νομολογιακά ότι με εκπτώσεις πίστης εξομοιώνονται ουσιαστικά οι παροχές εκείνες που δεν βρίσκονται σε αναλογία προς τις πωλούμενες προς συγκεκριμένο πελάτη ποσότητες, αλλ' εξαρτώνται από τη δέσμευση του τελευταίου να προμηθεύεται το σύνολο των αναγκών του σε ορισμένα προϊόντα από τον συγκεκριμένο προμηθευτή (Απόφαση ΕΑ 207/ΙΙΙ/2002).

[423] Χωρίς καν να προσμετρώνται περιπτώσεις αλυσίδων εστίασης στις οποίες η ΑΖ τιμολογεί κάτω του κόστους τα προϊόντα της και οι οποίες δεν εμπορεύονται ανταγωνιστικά προϊόντα, οι οποίες προκύπτουν από τα ίδια τα στοιχεία που προσκομίζει ο μάρτυρας [...] για λογαριασμό της καθ' ης.

352 Ακολουθεί Πίνακας που αποτυπώνει το ποσοστό αγορών σε προϊόντα ζύθου της καθ΄ης για κάποιες από τις ανωτέρω αλυσίδες[424].

[424] Πίνακας 1 του Παραρτήματος 1.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΞΙΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ									
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	α΄ εξάμηνο 2013
[ ]	[ ]	[ ] [95-100]%					[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[65-75]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/6/2004	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[ ] [95-100]%									
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[55-65]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/6/2004	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΟΣΚΟΜΙΣΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[55-65]%	[85-95]%	[75-85]%	[65-75]%	[65-75]%					
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΖΥΘΟΥ	[95-100]%								
[ ]	[ ]	0,00%	[95-100]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/1/2005	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	0,00%	0,00%	0,00%	[75-85]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/3/2007	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΟΣΚΟΜΙΣΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	[0-5]%	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					

Ειδικότερα:

[...] και [...]

353 Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει συνάψει συμβάσεις αποκλειστικής συνεργασίας που αφορούν στην προμήθεια ζύθου και νερού στα καταστήματα « [...]» και « [...]», οι οποίες καλύπτουν μακρά χρονική περίοδο (από [...] έως και σήμερα), με αδιάλειπτη[425] αλληλουχία της διάρκειας ισχύος των συμβάσεων.

354 Ειδικότερα, ρητή υποχρέωση αποκλειστικότητας (απαγορευμένη ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας, πώλησης και διάθεσης) επιβλήθηκε στη σύμβαση της καθ' ης με την εταιρία « [...]» σχετικά με την προμήθεια των αλυσίδων καταστημάτων - εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης « [...]» και « [...]», η οποία μάλιστα αφορούσε τα προϊόντα μπίρας για τα καταστήματα « [...]» ενώ αφορούσε τόσο τα προϊόντα μπίρας όσο και έτερο προϊόν της, το ανθρακούχο μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ, για τα καταστήματα « [...]»[426]. Συγκεκριμένα, στη σύμβαση της 10.11.1999 […] μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της ανώνυμης εταιρίας με την επωνυμία « [...]» η οποία αφορά στα καταστήματα με το διακριτικό τίτλο « [...]» και « [...]», στον όρο 1 αναφέρεται σαφώς ότι: «*Η πρώτη συμβαλλόμενη* [...] *αναλαμβάνει με το παρόν την υποχρέωση, όπως όλα τα λειτουργούντα ανά την Ελλάδα καταστήματα και θυγατρικές της εταιρίες […] συνάψουν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμβάσεις αποκλειστικής προμήθειας και πώλησης από αυτά της μπύρας, παραγωγής ή εμπορίας της τελευταίας, την οποία η εταιρία* [...] *θα επιλέγει. […]*[427]». Σύμφωνα δε με τον όρο 3: *«Καθ' όλη τη διάρκεια ισχύος του παρόντος συμφωνητικού, όλα τα καταστήματα* [...] *υποχρεούνται να διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα μπίρας της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ. Ειδικότερα για τα* [...] *η αποκλειστικότητα ισχύει και για ανθρακούχο φυσικό μεταλλικό νερό ΙΟΛΗ*[428]*»*.

355 Όπως αναλύεται εν συνεχεία, η καθ' ης επέβαλε κεντρικά, από το έτος 1999 έως σήμερα, την υποχρέωση στην αντισυμβαλλόμενή της [...], όλα τα λειτουργούντα ανά την Ελλάδα καταστήματα και θυγατρικές της εταιρίες να συνάψουν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμβάσεις αποκλειστικής προμήθειας, πώλησης και διάθεσης της μπίρας παραγωγής ή εμπορίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και καθ' όλη τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης, όλα τα καταστήματα [...] να διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα μπίρας της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ.

356 Από την επέκταση της αποκλειστικότητας και στο έτερο προϊόν (ανθρακούχο μεταλλικό νερό), προκύπτει επιπλέον ότι η καθ' ης χρησιμοποιεί την ισχύ που κατέχει στο ένα προϊόν προκειμένου να ισχυροποιήσει τη θέση της σε έτερο τομέα δραστηριοποίησής της, χωρίς αυτό να συνιστά αποτέλεσμα ανταγωνισμού βάσει των πραγματικών προσόντων και της αξίας της ίδιας της επιχείρησης[429].

---

[425] Σημειώνεται ότι παρότι το πρώτο εξάμηνο του 2007 δεν καλύπτεται από έγγραφη σύμβαση, στην πράξη, βάσει των στοιχείων αγορών που προσκόμισαν οι ίδιες οι αλυσίδες, προκύπτει η συνέχιση του αποκλειστικού εφοδιασμού τους με προϊόντα μπίρας της καθ' ης.

[426] Αντίγραφο της σύμβασης προσκομίστηκε στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού στο πλαίσιο υποβολής στοιχείων (αρ. πρωτ. 3172/7.11.01).

[427] Στον ίδιο όρο προβλέπεται ότι: «[...]».

[428] Επίσης, στα άρθρα 3 και 4 συμφωνείται ότι: «3. [...]», «4. [...]».

[429] Πρβλ. απόφαση ΔΕΚ της 21.03.1974, στην υπόθεση 122/73, BRT SABAM, Συλλ. 313, απόφαση της 3.10.1985,

Ειδικότερα, η καθ' ης χρησιμοποιεί την ισχύ της ως αναγκαστικού εταίρου στην αγορά των προϊόντων ζύθου και στην αγορά των προϊόντων νερού ειδικότερα σαν μοχλό για να εξασφαλίσει ότι οι πελάτες θα την επιλέξουν για τα δεύτερα προϊόντα, χωρίς η επιλογή τους αυτή να βασίζεται σε κριτήρια αξιοκρατικού ανταγωνισμού, με αποτέλεσμα η αποκλειστικότητα να είναι απαγορευμένη και όσον αφορά στα προϊόντα νερού. Οι πελάτες, από την πλευρά τους, κατά κανόνα δεν θα διακινδυνεύσουν να χάσουν την έκπτωση που σωρεύεται με αυτή των προϊόντων ζύθου μέσα στην ίδια σύμβαση, ως επιπλέον παροχή για την αποκλειστικότητα, με το να απευθυνθούν σε έτερο προμηθευτή προϊόντων νερού. Σύμφωνα με τη νομολογία[430], όταν πρόκειται για αγορές διακεκριμένες μεν, αλλά συναφείς, όπως στην παρούσα περίπτωση, ειδικές περιστάσεις μπορούν να δικαιολογήσουν εφαρμογή του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και 2 ν. 3959/2011 (πρώην 2 ν. 703/1977) σε συμπεριφορά διαπιστωθείσα στη συναφή αγορά, στην οποία δεν υφίσταται δεσπόζουσα θέση, και παράγουσα αποτελέσματα στην ίδια αυτή αγορά. Τα ειδικά αυτά στοιχεία είναι εν προκειμένω τα πολύ υψηλά, και πολλαπλάσια από αυτά των ανταγωνιστών της, μερίδια αγοράς της καθ' ης, τα οποία έχει διακρατήσει επί μακρόν, το γεγονός ότι η καθ' ης είναι στα εν λόγω σημεία προνομιακός προμηθευτής προϊόντων νερού, ως εκ της κοινής σύμβασης που αφορά και στα δύο προϊόντα (ζύθου και νερού) και της εξάρτησης των ωφελημάτων για τον αντισυμβαλλόμενο από την αγορά και προϊόντων νερού μαζί με τα προϊόντα ζύθου, οι συγκρίσιμες συνθήκες στις αγορές προϊόντων ζύθου και νερού (κοινές ανάγκες των σημείων για προμήθεια αμφότερων των ειδών, κοινές συνθήκες μεταφοράς - αποθήκευσης των προϊόντων, κοινοί πελάτες) και οι στενοί δεσμοί συνάφειας μεταξύ αυτών. Οι προηγουμένως περιγραφείσες περιστάσεις, λαμβανόμενες στο σύνολό τους και όχι μεμονωμένως, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι η εν λόγω επιχείρηση έχει ανεξαρτησία συμπεριφοράς σε σχέση με τους άλλους επιχειρηματίες στην εν λόγω αγορά και βρίσκεται σε κατάσταση δυναμένη να συγκριθεί με την κατοχή δεσπόζουσας θέσεως, η επιβολή από αυτήν όρων αποκλειστικότητας για τα προϊόντα νερού είναι συνεπώς απαγορευμένη.

357 Μετά τη λήξη της ανωτέρω σύμβασης, ακολούθησαν δύο νέες έγγραφες συμφωνίες της [...] (επί της πρώτης σελίδας τους φέρουν αρ. πρωτ. της εταιρίας υπ' αρ. […] και [..])[431] με κάθε μία εκ των ανωτέρω αλυσίδων καταστημάτων ξεχωριστά, με διάρκεια [...] και [...], αντιστοίχως, στις οποίες προβλέπεται ρητώς, κατά τα προεκτεθέντα, ο όρος αποκλειστικότητας. Συγκεκριμένα, στην πρώτη ως άνω σύμβαση της [...] προβλέπεται ότι: « [...][432][...]» ([...]).

358 [...].

359 [...].

360 [...].

CBEM, υπόθ. 311/84, Συλλ. 3261, απόφαση της 13.12.1991, GB-Inno-BM, C-18/88, Συλλ. I-5941.

[430] Βλ. απόφαση ΔΕΕ της 14.11.1996, Tetra Pak International SA κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Υπόθεση C-333/94 P, Συλλ. I-05951, σκ. 28 επ.

[431] [...].

[432] Η πρώτη ως άνω σύμβαση για τα καταστήματα [...] που φέρει αρ. πρωτ. ΑΖ υπ' αρ. […] έχει [...]. Για τη δεύτερη ως άνω σύμβαση ([...] μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της «[...]», με διάρκεια [...], η οποία αφορά στα καταστήματα με το διακριτικό τίτλο «[...]» και φέρει αρ. πρωτ. της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας υπ' αρ. […]) αναφέρονται τα καταστήματα [...]. Σε αυτήν επίσης υπάρχει ο περαιτέρω όρος [...].

361 Η συμφωνία αποκλειστικότητας προκύπτει στις συμβάσεις αυτές ρητώς αφενός από την υποχρέωση που επιβάλλεται στην αντισυμβαλλόμενη να διαθέτει (τόσο τα καταστήματα όσο και οι θυγατρικές της[433]) προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, διατηρώντας το δικαίωμα, να αλλάζει προϊόντα *«πάντα από τη γκάμα προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»* και «*μετά από σύμφωνη γνώμη της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ*», καθώς και, βεβαίως από την κατηγορηματική διατύπωση περί όλως εξαιρετικής δυνατότητας της αντισυμβαλλόμενης να προμηθεύεται από ανταγωνιστές μόνο στην περίπτωση αδυναμίας της καθ' ης να ικανοποιήσει τις ανάγκες κατανάλωσης των καταστημάτων ή εάν υπάρξει έλλειψη μη δυνάμενη να καλυφθεί με έτερα προϊόντα παραγωγής ή εμπορίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ([...]). Έτσι, ρητώς συμφωνείται ότι οι «ανάγκες κατανάλωσης» των καταστημάτων θα καλύπτονται αποκλειστικά από προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τα καταστήματα θα προμηθεύονται και θα διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα της καθ' ης (συγκεκριμένα, προϊόντα μόνο από το φάσμα προϊόντων της ίδιας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας - [...].

362 Ο όρος συνεπάγεται τον πλήρη αποκλεισμό άλλων προμηθευτών από τα καταστήματα αυτά. Η ρήτρα αυτή έχει ως προφανή συνέπεια ότι ο πελάτης της δεσπόζουσας επιχείρησης δεν θα αγοράζει ανταγωνιστικά προϊόντα και συνιστά αφ' εαυτής καταχρηστική συμπεριφορά αποκλεισμού εκ μέρους της καθ' ης. Ο καταχρηστικός χαρακτήρας της ρήτρας υπογραμμίζεται από τη συμπληρωματική πρόβλεψη ότι εάν (και μάλιστα κατ' εξαίρεση), σε περίπτωση αδυναμίας εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να ικανοποιήσει τις ανάγκες κατανάλωσης των καταστημάτων ή σε περίπτωση τυχόν έλλειψής τους που δεν μπορεί να καλυφθεί με έτερα του ίδιου τύπου παραγωγής ή εμπορίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ο πελάτης χρησιμοποιήσει προϊόντα ανταγωνίστριας εταιρίας, θεσπίζεται υποχρέωση της δεσπόζουσας επιχείρησης να αποζημιώσει την αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση για τη διαφορά που θα καταβάλει η τελευταία (*ρήτρα αποζημίωσης* για την τυχόν απώλεια της έκπτωσης που θα παρείχετο στον πελάτη για την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας), και με τον τρόπο αυτό συνδέεται επιπλέον η αντιπαροχή προς την αντισυμβαλλόμενη με την επιβολή αποκλειστικότητας σε αυτήν.

363 Τα ίδια ισχύουν και σε σχέση με την από [...] συμφωνία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την [...]., διάρκειας δύο ετών (ισχύς από […] έως […]), στην οποία περιέχεται ο ακόλουθος όρος: « [...]»[434].

364 Σχετική, τέλος, με την ως άνω αλυσίδα [...] είναι και η από [...] της καθ' ης με τη [...] για τα καταστήματα [...]. Σε αυτή την περίπτωση, όπως και στις από [...] συμβάσεις, στη σύμβαση χρησιμοποιείται διατύπωση για απουσία αποκλειστικότητας. [...][435][...].

365 Ωστόσο, κατά την κρίση της Επιτροπής, η δήλωση αυτή αναιρείται από το συμβατικό πλαίσιο. Οι συμβάσεις αυτές δέον, εν γένει, να αναγνωσθούν υπό το πρίσμα των ισοδύναμων εκπτώσεων αποκλειστικότητας που περιέχουν, και οι οποίες αναλύονται στη συνέχεια, καθώς και υπό το φως της ιστορικής συμπεριφοράς της καθ' ης και των λοιπών στοιχείων του φακέλου, λαμβάνοντας υπόψη ότι

---

[433] Σύμφωνα με το άρθρο 1 των συμβάσεων: «[...].», 2) «[...]», 3) «[...]», 4) «[...]».

[434] Στη σύμβαση αυτή επαναλαμβάνεται ο όρος περί πιστής τήρησης των συμφωνηθέντων ως εξής: «[...]» (βλ. σχετ. όρο 4).

[435] [...].

στην πραγματικότητα, η αποκλειστική σχέση με το συγκεκριμένο πελάτη ποτέ δεν έπαψε. Ειδικότερα, στο βαθμό που ο όρος περί του ότι *«[...]»* ενσωματώνει την υποχρέωση γνωστοποίησης προς την καθ' ης από τον αντισυμβαλλόμενο για την προμήθεια ανταγωνιστικών προϊόντων μπίρας, το οποίο συνιστά, επίσης, καταχρηστική και απαγορευμένη ρήτρα. Το εν λόγω εδάφιο μπορεί, κατ' αρχάς, να προκαλέσει σύγχυση και πίεση στον αντισυμβαλλόμενο. Επίσης, η επιβολή υποχρέωσης στους συνεργάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης να ενημερώνουν την τελευταία σε περίπτωση διάθεσης εκ μέρους τους ανταγωνιστικών προϊόντων συνεπάγεται αφενός ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί να εμποδίσει την προμήθεια των εν λόγω συνεργατών από ανταγωνιστές της και να δυσχεράνει ή παρεμποδίσει με τον τρόπο αυτό την είσοδο των τελευταίων στη σχετική αγορά ενώ επίσης περιορίζει την ελευθερία επιλογής των αντισυμβαλλομένων της, και αφετέρου θα αποκαλύπτονταν στη δεσπόζουσα επιχείρηση ευαίσθητα στοιχεία της ταυτότητας και της εμπορικής στρατηγικής των ανταγωνιστών δίδοντας έτσι σε αυτή τη δυνατότητα να διαμορφώσει ανάλογα τη στρατηγική της έναντι τόσο των πελατών της όσο και των ανταγωνιστών της και να παρμποδίσει τη συνεργασία μεταξύ αυτών.

366 Βεβαίως, προκύπτει ότι για όλο το χρονικό διάστημα ισχύος των ανωτέρω συμβάσεων, ήτοι από το 1999 εφεξής, τα εν λόγω καταστήματα προμηθεύονται και διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[436] (βλ. Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1).

367 Σε κάθε περίπτωση, οι συμβάσεις διασφαλίζουν την αποκλειστικότητα με ένα πλέγμα συμπληρωματικών ρητρών που όλες αποσκοπούν στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Τα υψηλά ανταλλάγματα[437] που στοχεύουν στην επιβράβευση της πίστης του αντισυμβαλλομένου και την παρεμπόδιση του εφοδιασμού της αλυσίδας καταστημάτων από ανταγωνιστές παραγωγούς / προμηθευτές (μεταξύ των οποίων αναδρομική[438] εξατομικευμένη έκπτωση στόχου για μακρά διάρκεια – η έκπτωση προκαταβάλλεται και ο στόχος υπερκαλύπτει το σύνολο των καταναλώσεων / αναγκών της εν λόγω αλυσίδας της προηγούμενης αντίστοιχης περιόδου) καθώς και η σχέση αποκλειστικότητας στην πράξη δεν παύουν, και οι ανταγωνιστές συνεχίζουν να μην μπορούν να εισέλθουν στα εν λόγω καταστήματα, γεγονός που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μέσω τουλάχιστον των συμβατικών ανταλλαγμάτων για την επιβράβευση της πίστης του πελάτη εξακολουθεί να επιβάλλεται από την καθ' ης αποκλειστικότητα στη συγκεκριμένη αλυσίδα μαζικής εστίασης (κατά παράβαση του άρθρου 2 ν. 3959, εδ. 2 περ. β΄ και γ' και του άρθρου 102, δεύτερου εδαφίου, στοιχείου β΄ και γ', ΣΛΕΕ). Στις ως άνω συμβάσεις προβλέπονται τα ακόλουθα ιδιαιτέρως σημαντικού ύψους, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με πολύ μεγάλη περίοδο αναφοράς, ετήσια και μεγαλύτερη – ίση με τη διάρκεια της σύμβασης), οικονομικά ανταλλάγματα για την επιβολή των προεκτεθέντων όρων αποκλειστικότητας (μάλιστα με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής και με πρόβλεψη επιστροφής σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών), - σύστημα το οποίο επίσης

---

[436] Τα καταστήματα «[...]» διαθέτουν επίσης και το σήμα […] το οποίο δεν ανήκει στη γκάμα των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αλλά η αξία αγορών κρίνεται ως αμελητέα δεδομένου του μεγέθους των αγορών από την εν λόγω εταιρία ζύθου καθότι, όπως η ίδια η εταιρία δηλώνει «[...].

[437] […].

[438] Οι εν λόγω εκπτώσεις χορηγούνται βάσει του συνόλου των πωλήσεων των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης και όχι μόνο των επιπλέον προϊόντων που διατίθενται μετά την επίτευξη των συμφωνηθέντων στόχων πωλήσεων. Βλ. και απόφαση ΕΑ 434/V/2009.

συνεπάγεται διακριτική μεταχείριση λόγω του εξατομικευμένου χαρακτήρα των εκπτώσεων από την δεσπόζουσα επιχείρηση που οδηγεί στο ότι για το ίδιο ύψος αγορών ή πωλήσεων που πραγματοποιούνται από δύο πελάτες κατά την περίοδο αναφοράς, η εφαρμογή του εν λόγω εκπτωτικού συστήματος μπορεί να συνεπάγεται τον αναιτιολόγητο αποκλεισμό του ενός από τη χορήγηση της έκπτωσης ή τη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης στον καθένα (κατά παράβαση του άρθρου 2 ν. 3959, εδ. 2 περ. γ' και του άρθρου 102, δεύτερου εδαφίου, στοιχείου γ΄, ΣΛΕΕ)[439]:

368 Στο από [...]1999 ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τις εταιρίες [...] διάρκειας [...], προβλέπεται ότι: «*6. Σαν αντάλλαγμα, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ θα χορηγεί προς τα ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ:*

[...].

369 Στους επόμενους όρους 15 και 16 αναφέρονται και άλλα οικονομικά οφέλη και ευνοϊκοί όροι [...].

370 Οι ανωτέρω όροι συνιστούν την πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή που παρέχεται από την καθ' ης στον πελάτη της, [...], ως αντάλλαγμα για τον όρο αποκλειστικότητας, όπως επιβάλλεται ιδίως βάσει των άρθρων 1, 3, 4 και 5. Αυτό προκύπτει άλλωστε ρητώς από τη διατύπωση των άρθρων που προβλέπουν τα οικονομικά ανταλλάγματα (βλ. ιδίως όρους 6 και 12).

371 Στο άρθρο 6 των από [...] συμβάσεων [...] [αρ. πρωτ. ΑΖ […]] το οποίο αντιστοιχεί στο προεκτεθέν άρθρο 6Α της σύμβασης της [...], ορίζεται ομοίως ότι:

372 « [...][440],[...][441]».

373 Στο από [...] ιδιωτικό συμφωνητικό για τα καταστήματα [...] διάρκειας τεσσάρων ετών ([…] προβλέπονται αντίστοιχα, έτι αυξημένα οικονομικά κίνητρα. Συγκεκριμένα, προβλέπεται ότι:

« [...]».

374 Επιπροσθέτως, στο από [...] ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την [...] για τα καταστήματα [...] [στη με [...] σύμβαση διάρκειας [...]] προβλέπεται παρομοίως ότι:

« [...].

---

[439] Κατά πάγια νομολογία, η εφαρμογή εκπτωτικών προγραμμάτων που φέρουν την εν λόγω φυσιογνωμία συνιστά παράλληλα πρακτική διακριτικής τιμολόγησης έναντι των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης, η οποία αντιβαίνει στις επιταγές του άρθρου 2, παρ. 2, στοιχείο γ του ν. 703/1977 και ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 102, εδ. β΄, στοιχείο γ΄ ΣΛΕΕ (ΠΕΚ T-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, σκ. 233 επ.). Επίσης, σύμφωνα με τη Hoffmann La Roche (απόφ. ΔΕΚ στην υπόθ. 85/76), οι εκπτώσεις υπέρ πιστών πελατών οδηγούν στην εφαρμογή ανίσων όρων επί ισοδυνάμων παροχών έναντι των εμπορικώς συναλλασσομένων, διότι δύο αγοραστές ίδιας ποσότητας του ίδιου προϊόντος καταβάλλουν διαφορετική τιμή αναλόγως του αν εφοδιάζονται αποκλειστικά από την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση ή αν έχουν διάφορες πηγές εφοδιασμού. Η παραπάνω ενδεικτικά αναφερόμενη περίπτωση καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσης βασίζεται στην αρχή της απαγόρευσης της διακριτικής μεταχείρισης που συνίσταται αφενός στην επιταγή ίσης μεταχείρισης για ισοδύναμες παροχές, αφετέρου δε την επιταγή της διαφορετικής μεταχείρισης, εφόσον οι παροχές δεν είναι ισοδύναμες.

[440] Το «αντάλλαγμα» αντιστοιχεί στην προηγηθείσα συμφωνία για αποκλειστική διάθεση προϊόντων μπίρας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από τα καταστήματα της εν λόγω αλυσίδας.

[441] Η τελευταία φράση περιλαμβάνεται μόνο στη με αρ. πρωτ. ΑΖ […] σύμβαση.

375 Στους επόμενους όρους αναφέρονται και άλλα πολύ σημαντικά οικονομικά οφέλη και ευνοϊκοί όροι, [...].

376 Οι ανωτέρω όροι συνιστούν την πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή που παρέχεται και σε αυτή την περίπτωση από την καθ' ης στον πελάτη της, [...], ως αντάλλαγμα για τον όρο αποκλειστικότητας, κατά παράβαση των άρθρων 2 Ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και 82 ΣΕΚ (νυν 102 ΣΛΕΕ) εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

377 Αντίστοιχα ανταλλάγματα για την αποκλειστικότητα επαναλαμβάνονται και στο επόμενο από [...] ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την [...], διάρκειας δύο ετών (ισχύς από […]): Στο άρθρο 5 της σύμβασης της [...][442] ορίζεται ότι: «[...]».

378 [...]

379 [...][443],[...].

380 Από τα ανωτέρω προκύπτει εναργώς η συνάφεια και συνέχεια στις διαδοχικές συμβάσεις με την καθ' ης, με το ίδιο αντικείμενο της αποκλειστικής συνεργασίας.

Αντίστοιχα ανταλλάγματα περιλαμβάνονται και στην από [...] (διάρκειας έως […]) σύμβαση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τη [...], παρότι σε αυτή την περίπτωση, [...], στη σύμβαση χρησιμοποιείται διατύπωση που παραπέμπει σε άλλους λόγους, πλην της αποκλειστικότητας (υπενθυμίζεται ότι η σχέση αποκλειστικότητας στην πράξη –όπως και στα λοιπά key accounts που αναλύονται εν συνεχεία- δεν παύει και οι ανταγωνιστές συνεχίζουν να μην μπορούν να εισέλθουν στα εν λόγω καταστήματα, κατά τα προεκτεθέντα):

381 Στο άρθρο 5 της σύμβασης ορίζεται εκ νέου, όπως και στις προηγούμενες, ότι: « [...]».

382 Στο άρθρο 11 ορίζονται αντίστοιχα ανταλλάγματα για την κάλυψη των αναγκών των καταστημάτων από την ΑΖ. Ορίζεται ειδικότερα ότι (και εδώ με προκαταβολή και με επιστροφή της σε περίπτωση μη επίτευξης της κάλυψης των συγκεκριμένων ποσοτήτων - γεγονός που λειτουργεί ως ισοδύναμο αντικίνητρο για την προσφυγή σε άλλον προμηθευτή):

«[...]».

383 [...][444].

384 [...][445].

385 Στο από [...] ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τη [...] αναφορικά με τα καταστήματα [...] και [...] περιέχονται οι ακόλουθοι αντίστοιχοι όροι.

386 Στο άρθρο 5 της σύμβασης ορίζεται εκ νέου, όπως και στις προηγούμενες συμβάσεις, ότι: « [...]».

387 [...].

---

[442] Που αντιστοιχεί στο άρθρο 6 της από 28.2.2003 σύμβασης και στο άρθρο 6Α της σύμβασης της 10.11.1999.
[443] [...].
[444] [...]
[445] [...].

388 [...].

389 [...][446][...].

390 Στο δε ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την [...][...], με διάρκεια [...] περιέχονται οι ακόλουθοι αντίστοιχοι όροι.

391 [...][447],[...].

392 [...].

[...]

393 [...][448][...].

394 [...][449][...][450],[...].

395 Σημειωτέον ότι, το 2011 και το 2010, όπως και το 2007 ([...]), ο ρητός όρος αποκλειστικότητας απαλείφεται, και αντιστρόφως εισάγεται μνεία περί μη αποκλειστικού χαρακτήρα της συνεργασίας, και δήλωση που κατατείνει στο ότι τα ανταλλάγματα δεν αναφέρονται στην αποκλειστικότητα. Παρ' όλα αυτά όμως, όπως και στις προγενέστερες συμβάσεις, εξακολουθούν να ισχύουν τα προεκτεθέντα αντίστοιχα ανταλλάγματα – οικονομικά πλεονεκτήματα που στοχεύουν στην επιβράβευση της πίστης του αντισυμβαλλομένου, μέσω των οποίων επιδιώκεται, ομοίως, ο πλήρης αποκλεισμός και η παρεμπόδιση του εφοδιασμού της αλυσίδας καταστημάτων από ανταγωνιστές παραγωγούς / προμηθευτές, και τα οποία δεν συνιστούν έκπτωση ποσότητας, ενώ στο εν λόγω πλαίσιο συμφωνείται επιπλέον αναδρομική[451] εξατομικευμένη έκπτωση αποκλειστικότητας ([...]) για μακρά περίοδο αναφοράς, η οποία μάλιστα προκαταβάλλεται και ο στόχος υπερκαλύπτει το σύνολο των καταναλώσεων / αναγκών της εν λόγω αλυσίδας της προηγούμενης αντίστοιχης περιόδου. Στην πράξη, δε, η σχέση αποκλειστικότητας δεν παύει αλλά παραμένει έως και το 2013 τουλάχιστον[452], και οι ανταγωνιστές συνεχίζουν να μην μπορούν να εισέλθουν στα εν λόγω καταστήματα.

396 Επιπλέον των ως άνω στοιχείων, συναφής και συγκλίνουσα είναι και η μαρτυρία, έτερου ανταγωνιστή της καθ' ης σε σχέση με τον αποκλεισμό του από την ως άνω αλυσίδα μαζικής εστίασης λόγω της αποκλειστικότητας που έχει επιβληθεί στην αλυσίδα αυτή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την […][453]: «*Οι αλυσίδες ″[...]″, ″[...]″, ″[...]″ για παράδειγμα έχουν συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΖ και δεν μπορούμε να ξεκινήσουμε συνεργασία. Παρόμοια ο* [...] *συνάπτει συμφωνίες αποκλειστικότητας με την ΑΖ και με τη Μύθος Ζυθοποιία εναλλάξ. Οι συμφωνίες είναι ετήσιες και η επιλογή εξαρτάται από τις παροχές. Εμείς έχουμε κάνει πρόταση στον εν λόγω Όμιλο,*

---

[446] [...].
[447] [...].
[448] [...].
[449] [...].
[450] [...].
[451] Οι εν λόγω εκπτώσεις χορηγούνται βάσει του συνόλου των πωλήσεων των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης και όχι μόνο των επιπλέον προϊόντων που διατίθενται μετά την επίτευξη των συμφωνηθέντων στόχων πωλήσεων. Βλ. και απόφαση ΕΑ 434/V/2009.
[452] Βλ. Πίνακα 11 του Παραρτήματος 1.
[453] Κατάθεση του […].

αλλά δεν έχει γίνει δεκτή μέχρι στιγμής. Επίσης συμφωνίες αποκλειστικότητες έχουν και τα καταστήματα αλυσίδες [...] *με την ΑΖ. Προσφορές σε κάποιες από τις εν λόγω εταιρίες εμείς έχουμε κάνει […]. Οι αποκλειστικότητες συνοδεύονται από μεγάλες παροχές».*

397 Ομοίως, στην αποκλειστική συνεργασία μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της αλυσίδας καταστημάτων « [...]» αναφέρεται και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης η οποία επισημαίνει το 2013[454]: *«[σ]ε απάντηση διερευνητικής προσέγγισης για την προσφορά προϊόντων σε ένα εστιατόριο/δικαιοδόχο “* [...]*” στη Θεσσαλονίκη το Μάρτιο του 2013, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης έλαβε επίσης αρνητική απάντηση διότι το συγκεκριμένο εστιατόριο/δικαιοδόχος “* [...]*” είπε ότι ο δικαιοπάροχος είχε μία κεντρική αποκλειστική σύμβαση με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αντάλλαγμα κάποιες παροχές. Η αντίληψη του συγκεκριμένου δικαιοδόχου “* [...]*” ήταν ότι για να μπορεί να πουλήσει μπύρες που δεν ανήκουν στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, θα πρέπει να γίνει αλλαγή στην αποκλειστική αυτή σύμβαση από τα κεντρικά γραφεία».* Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισύναψε σχετικό δελτίο αναφοράς περιστατικού της 07.03.2013 το οποίο υπογράφεται από το […] της εν λόγω εταιρίας ζύθου, […]. Στο πεδίο «ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΑΝΤΟΣ» αναφέρεται: *«[τ]ην Τετάρτη 6-3-2013 και ώρα 10:15 μμ επισκεφθήκαμε το εστιατόριο* [...] *στ[…]. Ο κ. […] είναι […], ήταν […]. Έχει σχέση ιδιοκτήτη με ποσοστό σε […] καταστήματα: […] – Διευθύνων Σύμβουλος των […] αυτών καταστημάτων είναι ο κ. […] στο κατάστημα δε […] που επισκεφθήκαμε είναι ο κ. […]. Στην ερώτησή μας πώς θα μπορούσαμε να συνεργαστούμε στο κομμάτι μπύρα, μας απάντησε ότι* [...] *έχουν ήδη αποκλειστική σύμβαση με την Αθηναϊκή και αν είναι να αλλάξει κάτι αυτό θα πρέπει να γίνει σε κεντρικό επίπεδο, υπάρχουν εννοείται παροχές, και ότι συνεπάγεται από αυτό. Οι μπύρες που δουλεύουν είναι AMSTEL, HEINEKEN […]».*

398 Επιπλέον, από το σύνολο των στοιχείων του φακέλου αποδεικνύεται ότι, όπως προεκτέθηκε, μέσω των συμβατικών ανταλλαγμάτων για την επιβράβευση της πίστης του πελάτη και ιδίως των εκπτώσεων/«αμοιβών» που κατατείνουν στην κάλυψη του συνόλου των αναγκών της αλυσίδας, εξακολουθεί να επιβάλλεται από την καθ' ης αποκλειστικότητα στη συγκεκριμένη αλυσίδα μαζικής εστίασης.

399 Στον Πίνακα $2^{α}$ κατωτέρω παρουσιάζονται για κάθε έτος της περιόδου 2004 – 2011 οι υπολογισμοί των εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών (ως ποσοστό επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων) που πραγματοποίησε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στις ως άνω αλυσίδες καταστημάτων, βάσει στοιχείων χορηγηθέντων από την καθ' ης. Στον Πίνακα $2^{β}$ του Παραρτήματος 1 περιλαμβάνονται τα αναλυτικά οικονομικά μεγέθη στα οποία βασίσθηκε ο υπολογισμός των ποσοστών[455, 456].

---

[454] Υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 $2^{ο}$ Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[455] Τα οικονομικά μεγέθη άμεσων και έμμεσων πωλήσεων, χορηγηθεισών (άμεσων και έμμεσων) εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[456] Τα οικονομικά μεγέθη άμεσων και έμμεσων πωλήσεων, χορηγηθεισών (άμεσων και έμμεσων) εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών προκύπτουν από στοιχεία που υπέβαλε στην ΕΑ η Αθηναϊκή Ζυθοποιία.
Τα ποσά της [...] αντιπροσωπεύουν [...]. Αντιστοίχως, [...] αντιπροσωπεύουν [...]. Όπως άλλωστε διαφαίνεται και σε εσωτερικό ενημερωτικό σημείωμα της καθ' ης (συλλεχθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, το οποίο αναφέρεται στις λεπτομέρειες της συνεργασίας με την [...]. Συγκεκριμένα, στο ως άνω έγγραφο καταγράφεται: [...] προκύπτει και από τα εσωτερικά σημειώματα της εταιρίας που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του

Πίνακας 2^{α}

[...]

[...........]

400 Αποκλειστικότητα έχει συμφωνηθεί και στην περίπτωση της [...]. Συγκεκριμένα, από σχετικό έγγραφο που βρέθηκε (μαζί με έγγραφο της ΑΖ περί των στοιχείων του συγκεκριμένου πελάτη) στα γραφεία της καθ' ης[457], στο οποίο καταγράφονται οι όροι συνεργασίας για την περίοδο Νοεμβρίου 2001 έως τέλος του 2005[458], προκύπτει ρητά ότι πριν την έναρξη της συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία απαιτείται από την καθ' ης η εξάντληση των αποθεμάτων ανταγωνιστικών προϊόντων που διατηρεί η [...] «μέχρι την ημερομηνία αλλαγής» ενώ επίσης προκύπτουν και οι σχετικές παροχές (εκπτώσεις επί τιμολογίου, πιστωτικού επί τζίρου, επιπλέον παροχές). Επίσης, στο ίδιο έγγραφο αναφέρεται: *«[π]ριν την έναρξη της συνεργασίας απαιτείται η αντικατάσταση των ψυκτών Μύθος με ψύκτες Heineken. Για τον καλύτερο συντονισμό έχει κοινοποιηθεί πλάνο αντικατάστασης των ψυκτών που σημαίνει αυτόματα πότε θα ξεκινήσετε τις παραγγελίες σας προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*.

401 Συγκεκριμένα, η συμφωνία αποτυπώνεται στο ως άνω έγγραφο το οποίο τιτλοφορείται «ΜΠΥΡΑ HEINEKEN» και ορίζει προμηθευτή [«Αθηναϊκή Ζυθοποιία»], προϊόντα προς διάθεση (*«Τα προϊόντα προς διάθεση από τα* [...] *θα είναι: - Μπύρα Heineken 300 ml σε ποτήρι - Μπύρα Heineken 330 ml σε κουτί. Είναι εύλογο ότι τα αποθέματα σας από μπύρα "Μύθος" θα πρέπει να εξαντληθούν μέχρι την ημερομηνία αλλαγής»*), παραγγελίες – παραδόσεις, καθαρή τιμή αγοράς («στο εν λόγω πεδίο, πέραν των τιμών αναφέρεται ότι: [...]. Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η αποκλειστική συνεργασία των καταστημάτων «[...]» με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υφίσταται από το 2001.

402 Στο ως άνω πλαίσιο, η διατύπωση αυτή αποδεικνύει την επιβολή αποκλειστικότητας από την καθ' ης για το διάστημα έως και το 2005, ενώ η ανωτέρω μαρτυρία της […][459] κατατείνει στη συνέχισή της και σε μεταγενέστερο διάστημα. Επίσης, και το συνημμένο του εσωτερικού εγγράφου - email μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, με ημερομηνία 09.02.2004[460] περιλαμβάνει την περίπτωση της αλυσίδας « [...]» για την οποία αναφέρεται αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, κατά τα προεκτεθέντα, όπως άλλωστε επισημαίνεται και στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1. Εξάλλου, η υποχρέωση αποκλειστικότητας τηρείται και στην πράξη, καθώς για την περίοδο που ερευνήθηκε (2004 έως και το β' εξάμηνο του 2013[461]), η εν λόγω αλυσίδα προμηθεύεται αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της

ως άνω επιτόπιου ελέγχου· πρόκειται για σημειώματα με ημερομηνίες [...]. Επιπλέον, σε ηλεκτρονικά μηνύματα [...] με ημερομηνίες αποστολής [...] αναφέρονται συνοπτικά [...]. Στο πρώτο μήνυμα με θέμα «[...]» αλλά και στο δεύτερο με θέμα «[...]» αναφέρεται σχετικά με τη συμφωνία για [...]. Συνεπώς, οι υπολογισμοί που περιλαμβάνονται τόσο στον Πίνακα 2^{α} όσο και στον Πίνακα 2^{β} αναμένεται να «υποτιμούν» το ποσοστό των χορηγηθεισών εκπτώσεων δεδομένου ότι δεν αντικατοπτρίζουν το συμβατικά ορισθέν ποσοστιαίο μέγεθος αλλά αυτό που άμεσα ή έμμεσα καταβάλλει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χωρίς να υπολογίζεται το υπόλοιπο μέρος της έκπτωσης που καταβάλλεται από τη χονδρεμπορική επιχείρηση.

[457] Το έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[458] Βλ. φαξ της 15.10.2001 της αλυσίδας γρήγορης εστίασης «[...]» που βρέθηκε στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[459] […] 2012.

[460] Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το μήνυμα έχει ως αποστολέα [...] και [...].

[461] Βλ. Παράρτημα 1 Πίνακας 1.1

Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[462]. Στον Πίνακα 3[α] που ακολουθεί, ενδεικτικά παρατίθενται τα ποσοστά των χορηγηθεισών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων που αντιστοιχεί στη συγκεκριμένη αλυσίδα κατά την περίοδο των ετών 2005 – 2011[463].

Πίνακας 3α

[...]

[...........]

403 Επιβολή αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ' ης συντρέχει και στην περίπτωση των αλυσίδων καταστημάτων μαζικής εστίασης του Ομίλου [...].

404 Σύμφωνα με την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιίας[464], οι εταιρίες [...][465],[...][466],[...][467] και […][468] [...][469], δεν ανανέωσαν ή διέκοψαν τη σχέση συνεργασίας που διατηρούσαν με την καταγγέλλουσα, καθότι συνήψαν συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Κατά την καταγγέλλουσα, οι συμφωνίες αυτών των αλυσίδων με την καθ' ης περιελάμβαναν την χορήγηση *«υπέρογκων παροχών»*. Η καταγγελία της Μύθος επιβεβαιώνεται από τις συμβάσεις και τα λοιπά στοιχεία του φακέλου.

405 Ειδικότερα, η Μύθος Ζυθοποιία προσκόμισε στην Υπηρεσία ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της, […][470], ο οποίος, σε σχέση με τη διακοπή των συγκεκριμένων συνεργασιών αναφέρει ότι: *«[η] Εταιρία μας συνδεόταν με σύμβαση αποκλειστικής συνεργασίας με τον όμιλο* [...] *στα πλαίσια των οποίων χορηγούσε διάφορες εκπτώσεις ενώ είχε καταβάλει δεκάδες χιλιάδες ευρώ για την προώθηση των προϊόντων της. Ενώ βρισκόμασταν στο στάδιο των διαπραγματεύσεων για την ανανέωση της συμφωνίας με* [...] *στις αρχές του 2004 και ενώ η συμφωνία μας με* [...] *συνέχιζε να ισχύει (έληγε το […]) μας ανακοινώθηκε ότι δεν θα συνεργαστούμε στο μέλλον (όχι μόνο στο επίπεδο της συμβάσεως που είχαμε αλλά γενικότερα) γιατί έκλεισαν συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ η οποία χορήγησε παροχές άνω του 90% του αναμενόμενου τζίρου και οι οποίες είχαν συμφωνηθεί να δοθούν στον πρώτο χρόνο της συνεργασίας τους. Ας σημειωθεί ότι οι εν λόγω ενέργειες έγιναν κατά το έτος 2004, δηλαδή κατά το έτος προετοιμασίας της Χώρας για τους Ολυμπιακούς Αγώνες όπου η Αθηναϊκή*

---

[462] Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν εκ μέρους των εταιριών [...] και [...], τα στοιχεία προμήθειας προϊόντων ζύθου αφορούν στα εταιρικά καταστήματα και όχι σε καταστήματα που λειτουργούν υπό το σχήμα της δικαιόχρησης (franchise).
[463] Τα οικονομικά μεγέθη άμεσων και έμμεσων πωλήσεων, χορηγηθεισών (άμεσων και έμμεσων) εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών προκύπτουν από στοιχεία που υπέβαλε στην ΕΑ η Αθηναϊκή Ζυθοποιία.
[464] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία και την υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της υποβολή στοιχείων.
[465] Η [...].
[466] [...].
[467] [...].
[468] […].
[469] Η εν λόγω εταιρία δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών εστίασης στους επιβάτες εταιριών αερομεταφοράς και στην εκμετάλλευση κυλικείων, snack bars και αναψυκτηρίων τα οποία βρίσκονται εντός των αερολιμένων της χώρας και σε διάφορα άλλα σημεία πώλησης.
[470] Υπ' αριθ. 1000/22.06.2007 ένορκη κατάθεση του […]. Η εν λόγω κατάθεση υποβλήθηκε στην Ε.Α. από τη Μύθος Ζυθοποιία με την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική υποβολή.

Ζυθοποιία αποτελούσε τον χορηγό στο προϊόν της μπύρας[471]*»*.

406 Περαιτέρω, σε εσωτερικό σημείωμα της επίμαχης περιόδου (με ημερομηνία 21.05.2004) που υπογράφει ο τότε υπάλληλος της καταγγέλλουσας […], με παραλήπτες τους […] και […], και με θέμα «ΔΙΑΚΟΠΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ», αναφέρονται *«κάποιες περιπτώσεις, με πελάτες μας που διαθέτουν αλυσίδες καταστημάτων εστίασης και διέκοψαν την συνεργασία με την εταιρεία μας, έπειτα από προσέγγιση της εταιρείας ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ»*[472]. Εκεί επισημαίνεται σε σχέση με [...] ότι: «*Η συνεργασία μας με* [...], *ξεκίνησε τον […] και το συμβόλαιο έληγε τον […]. […] Μετά από διαπραγματεύσεις, που έγιναν στις αρχές του 2004, με θέμα την ανανέωση της συμφωνίας συνεργασίας, μας ανακοινώθηκε, ότι δεν θα συνεργαστούμε στο μέλλον, γιατί έκλεισαν συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ*». Σύμφωνα με το εν λόγω έγγραφο, η πρόταση της Μύθος Ζυθοποιίας για ανανέωση είχε παροχές της τάξης του […] του αναμενόμενου τζίρου των καταστημάτων, όμως «*πληροφορίες μέσα από το περιβάλλον* [...]*, αναφέρουν ότι οι παροχές της ΑΘΗΝΑΙΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ είναι πάνω από το 90% του αναμενόμενου τζίρου και θα δοθούν τον πρώτο χρόνο συνεργασίας τους*».

407 Αντίστοιχα, σε σχέση με [...],σύμφωνα με το ως άνω έγγραφο της 21.05.2004: «Η συνεργασία μας [ΣτΣ: της Μύθος Ζυθοποιία] μαζί τους, ξεκίνησε τον […] και το συμβόλαιο έληγε τον […]. Μετά το πέρας των διαπραγματεύσεων με [...], μας ανακοινώθηκε ότι θα διακοπή και η συνεργασία με [...] και μάλιστα ένα έτος νωρίτερα ([…]). Η αιτία που μας ανέφεραν, είναι η συμφωνία **αποκλειστικής συνεργασίας** με την ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ». Σε σχέση με την αντιπαροχή που προσέφερε η καθ’ ης για την ανανέωση ο συντάκτης του εγγράφου αναφέρει αντίστοιχα με τα προεκτεθέντα για την περίπτωση της [...], και συγκεκριμένα οι παροχές της ΑΘΗΝΑΙΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ανέρχονταν στο 90% του αναμενόμενου τζίρου τους, σύμφωνα με πηγές του περιβάλλοντος [...].

408 Από τα στοιχεία που συνέλεξε η Υπηρεσία[473] προκύπτει όντως, όπως αναλύεται στη συνέχεια, ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει συνάψει τις από [...] συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας με [...], με διάρκεια ισχύος [...] με διάρκεια ισχύος [...]. Μετά τη λήξη της εν λόγω συνεργασίας η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει[474] ότι επαναπροσέγγισε τις ως άνω αλυσίδες καταθέτοντας, στις […]2007, πρόταση συνεργασίας για τα καταστήματα [...]. Προς απόδειξη των ισχυρισμών της η εταιρία προσκόμισε το από […]2007 ηλεκτρονικό μήνυμα του στελέχους της […] προς τον […] του [...], στην οποία ο πρώτος βεβαίωνε την πρόθεση της εταιρίας για *«[...]» «[...]»* προκειμένου για τη σύναψη συμφωνίας συνεργασίας. Όπως όμως επισημαίνει η Μύθος Ζυθοποιία, η πρότασή της δεν έγινε δεκτή *«και ο συγκεκριμένος Όμιλος συνεχίζει τη συνεργασία του με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ που κατά πληροφορίες προχώρησε σε μεγαλύτερη προσφορά για να διατηρήσει την αποκλειστικότητα της προώθησης των προϊόντων της στα καταστήματα του* [...]. Πράγματι, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, η καθ’ ης προχώρησε στην ανανέωση της συνεργασίας με τις συγκεκριμένες αλυσίδες,

---

[471] Στο συγκεκριμένο σημείο ο καταθέτων διευκρινίζει: «Όλα αυτά τα γνωρίζω από το ιστορικό αρχείο της […] και τις έγγραφες αναφορές των […], καθώς και από τα όσα με πληροφόρησαν στο διάστημα αυτό, […] που γνώριζαν το θέμα».

[472] Βλ. Παράρτημα 1 όπου παρατίθεται αυτούσιο το έγγραφο.

[473] Οι συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την καθ’ ης στο πλαίσιο της υπ’ αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων.

[474] Βλ. σχετ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 1573/06.03.2008 συμπληρωματική υποβολή στοιχείων στην οποία η Μύθος Ζυθοποιία επισυνάπτει την από […]2007 πρόταση συνεργασίας για τα καταστήματα [...].

υπογράφοντας συμβάσεις[475] με περίοδο ισχύος [...]2008 – […]2010, στις οποίες επαναλαμβάνονται οι εδώ εκτιθέμενοι όροι. Οι όροι αυτοί περιλαμβάνονται και στις συμβάσεις που ακολούθησαν, καλύπτοντας περίοδο μέχρι και την [...]2013[476].

409 Σε σχέση με την [...], η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει[477] ότι στις αρχές του 2004 διακόπηκε και από την εν λόγω εταιρία του Ομίλου [...], η συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων ζύθου της Μύθος Ζυθοποιίας στα [...], η οποία έληγε στις […], και πάλι με την αιτιολογία ότι συνήφθη συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει όντως ότι από την [...] άρχισε να ισχύει συμφωνία αποκλειστικής προμήθειας της [...] με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, όπως θα αναλυθεί και εν συνεχεία[478]. Οι σχετικοί όροι περιλαμβάνονται και στις συμβάσεις της καθ' ης με την εταιρία [...] που ακολούθησαν καλύπτοντας έως και το έτος 2012[479]. Ως προς την « [...]», στην ένορκη κατάθεσή του, ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιία[480], […], αναφέρει ότι η εν λόγω εταιρία προέβη στη διακοπή υφιστάμενης συνεργασίας με τη Μύθος Ζυθοποιία παρόλο που η λύση της σύμβασης είχε ως συνέπεια την καταβολή επιστροφής / αποζημίωσης στην αντισυμβαλλόμενη εταιρία[481]. Συγκεκριμένα, ο […] επισημαίνει: *«Στις αρχές της φετινής χρονιάς* [ΣτΣ: 2007] *περίπου η εταιρία* [...] *ανακοίνωσε την πρόθεσή της για διακοπή της συνεργασίας μας ενόψει της έναρξης συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ. Με την* [...] *είχαμε υπογράψει […] σύμβαση […] συνεργασίας λήγουσα τον […] που κατά πάσα πιθανότητα θα παρατεινόταν έως […] σύμφωνα με τα εκεί προβλεπόμενα. Στα πλαίσια αυτής της συνεργασίας είχαμε καταβάλει για την προώθηση των προϊόντων μας ποσά που υπερέβαιναν τις […]€. Το γεγονός ότι η ως άνω εταιρία δέχθηκε να μας καταβάλει εξωδίκως ως αποζημίωση και επιστροφή μέρος των ως άνω καταβληθέντων και δη γύρω στις […]€ καταδεικνύει ενδεχομένως το υπέρογκο της προσφοράς της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ στην προσπάθειά της να μας αποσπάσει έναν τέτοιο πελάτη. Τόσο αυτό το πρόσφατο παράδειγμα όσο και το αμέσως προηγούμενο πέρα από αθέμιτες και νοθεύουσες τον ανταγωνισμό πρακτικές αποτελεί και απόδειξη της στρατηγικής επιλογής της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ να πλήξει καίρια την Εταιρία μας αποσπώντας σημεία κύρους και μεγάλων καταναλώσεων*

---

[475] [...].

[476] [...]. Οι εν λόγω συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την καθ' ης στο πλαίσιο των υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 και 5648/06.07.12 υποβολών στοιχείων.

[477] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[478] Από [...] σύμβαση με διάρκεια ισχύος [...] (βλ. σχετ. μέρος Β΄ της σύμβασης). Η συγκεκριμένη σύμβαση προσκομίσθηκε από την καθ' ης στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων.

[479] Πρόκειται για τις από [...] και [...] υπογραφείσες συμβάσεις με διάρκεια ισχύος [...][...], αντίστοιχα. Στον όρο Β.1 της από [...] σύμβασης διευκρινίζεται ότι η προμήθεια προϊόντων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα γίνεται «[...]». Επιπλέον, αναφέρεται ότι ως κυλικεία ορίζονται εκείνα που λειτουργούν στο σύνολο των πλοίων κάθε τύπου πλοιοκτησίας της εταιρίας «[...]» και τα οποία εκμεταλλεύεται αποκλειστικά η αντισυμβαλλόμενη. Η από [...] σύμβαση προσκομίσθηκε από την καθ' ης στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολής στοιχείων, ενώ οι από [...] και [...] συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την «[...]» στην υπ' αριθ. πρωτ. 6250/06.08.13 υποβολή στοιχείων.

[480] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1000 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[481] Το γεγονός αλλά και το κόστος της καταγγελίας εκ μέρους της «[...]» της σύμβασης με την Μύθος Ζυθοποιία επιβεβαιώνεται από επιστολή - συμφωνητικό μεταξύ των δύο επιχειρήσεων που απευθύνεται στην «[...]» εκ μέρους της Μύθος Ζυθοποιίας με ημερομηνία […]. Στην επιστολή – συμφωνητικό αναφέρονται οι όροι τους οποίους η «[...]» οφείλει να ικανοποιήσει λόγω της πρόωρης λύσης της σύμβασης. Την επιστολή - συμφωνητικό υπογράφει και η πλευρά της «[...]» αναφέροντας ότι […]. Η εν λόγω επιστολή – συμφωνητικό προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από τη Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 υποβολή συμπληρωματικών της καταγγελίας στοιχείων.

και ιδίως σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος όπου η επιτυχία του προϊόντος μας ΜΥΘΟΣ είναι μεγάλη και έχει προφανώς θορυβήσει τους ανταγωνιστές».

410 Όντως, από τα στοιχεία του φακέλου, και όπως αναλύεται εν συνεχεία, προκύπτει ότι η καθ' ης συνήψε συμφωνία αποκλειστικής προμήθειας με την «[...]» με ημερομηνία υπογραφής [...]2007 και διάρκεια ισχύος [...] έως [...][482]. Οι ίδιοι όροι περιλαμβάνονται και στις από [...]2010 και [...]2011 συμβάσεις που ακολούθησαν με περίοδο ισχύος [...]2010 και [...]2013, αντίστοιχα[483].

411 Με βάση τις σχετικές έγγραφες συμβάσεις και όπως επιβεβαιώνεται από τα στοιχεία του Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1, οι εταιρίες του Ομίλου υποχρεούνταν να προμηθεύονται και όντως προμηθεύονταν σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας **σε αποκλειστική βάση** από την έναρξη της συνεργασίας τους[484] έως και τουλάχιστον το α' εξάμηνο του 2013.

412 Αναφορικά, δε, με το μέγεθος των ετήσιων εκπτώσεων και παροχών που οι εταιρίες του Ομίλου έλαβαν στο πλαίσιο της αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, στον Πίνακα 4[α] που παρατίθεται κατωτέρω παρουσιάζονται οι σχετικοί υπολογισμοί.

Πίνακας 4[α]

[...]

413 Από τα στοιχεία του ανωτέρω Πίνακα προκύπτει ότι στην εταιρία « [...]» αντιστοιχεί το [...] με την ΑΖ, ποσοστό διαφημιστικών παροχών (επί της μικτής αξίας πωλήσεων) ύψους [...]%, ενώ εάν στο ποσό της αμοιβής προστεθεί και η αξία της χορηγηθείσας έκπτωσης επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα το εν λόγω ποσοστό διαμορφώνεται στο επίπεδο του [...]%. Σύμφωνα όμως με τα στοιχεία του Πίνακα, [...] εμφανίζονται τα αντίστοιχα ποσοστά [...], ιδιαίτερα κατά [...], στην οποία το ποσοστό των συνολικών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών εκτιμάται στο επίπεδο του [...]%.

414 Στην περίπτωση δε των καταστημάτων « [...]» το ποσοστό του συνόλου των χορηγηθεισών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών υπολογίζεται το [...]στο ύψος του [...]%, ενώ η αξία των τελευταίων εκτιμάται από μόνη της σε επίπεδο [...]% επί της συνολικής (άμεσης και έμμεσης) μικτής αξίας πωλήσεων (κάτω του κόστους πώληση). [...] (το ποσό των εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών εκτιμάται ότι αντιπροσωπεύει ποσοστό ύψους [...]% για το [...]και [...]% για το [...], αντίστοιχα). Περαιτέρω, αξιοσημείωτο είναι ότι στην περίπτωση της « [...].» η ως άνω ποσοστιαία αναλογία εκτιμάται σε ποσοστό [...]% για το έτος [...], ενώ τα [...] ποσοστά κατά την υπό εξέταση περίοδο 2005 – 2011 παρατηρούνται στα έτη [...] και [...] ύψους [...]% και [...]%[485].

415 Αναλυτικότερα, οι συμβάσεις της [...] μεταξύ της καθ' ης και της [...][486] ρητώς προβλέπουν στους

---

[482] Η σύμβαση προσκομίσθηκε από την καθ' ης στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων. Βλ. σχετ. Β' μέρος, όρους 1 επ.

[483] Οι συγκεκριμένες συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την καθ' ης στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολής στοιχείων.

[484] Στην περίπτωση της «[...]» η συνεργασία ξεκίνησε κατά το 2007.

[485] Αντίστοιχα, η ποσοστιαία αναλογία των διαφημιστικών μόνο παροχών είναι ίση με [...]% και στα δύο έτη.

[486] [...].

όρους 1 και 2 ότι: « [...][487] […]».

416 Περαιτέρω, και σε αυτές τις περιπτώσεις προβλέπεται πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και δη υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα για την επιβολή των προεκτεθέντων όρων αποκλειστικότητας (μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής και με πρόβλεψη επιστροφής σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών που καλύπτει το σύνολο των αναγκών της αλυσίδας). Συγκεκριμένα, [...].

417 [...].

418 [...][488].

419 […][489].

420 Επίσης, στις συμβάσεις της [...]2007, της […]2010, και της […]2011 που έχουν συναφθεί μεταξύ της καθ’ ης και της ανώνυμης εταιρίας [...][490] ρητώς προβλέπεται στους όρους 1, 2 ότι:

[…].

421 Συνεπώς, και στην περίπτωση αυτή συμφωνείται αποκλειστική συνεργασία και η συμφωνία καταλαμβάνει όλες τις ανάγκες κάθε Καταστήματος[491] [...] σε προϊόντα μπίρας, κατά τρόπο ([...]), ώστε να μην παρουσιάζονται ελλείψεις σε προϊόντα μπίρας της καθ’ ης.

422 Η αποκλειστικότητα σε σχέση με τις εταιρίες ταχείας εστίασης του Ομίλου [...][492]), οι οποίες συνεργάζονταν στο παρελθόν με την καταγγέλλουσα εταιρία, προκύπτει και από την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία. Η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατάφερε να αποσπάσει τους συγκεκριμένους πελάτες από τη Μύθος Ζυθοποιία προσφέροντας υψηλές παροχές και θέτοντας όρο αποκλειστικότητας[493]. Σύμφωνα με την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία: «*Η εταιρεία μας ξεκίνησε την συνεργασία με τα καταστήματα* [...] *και η σύμβασή μας έληγε τον Μάιο του 2003. Μετά από διαπραγματεύσεις που έγιναν στις αρχές του 2004, με θέμα την ανανέωση της συμφωνίας συνεργασίας μας, μας ανακοίνωσαν ότι δεν θα συνεργαστούμε στο μέλλον (όχι μόνο στο επίπεδο της συμβάσεως που είχαμε αλλά γενικότερα) γιατί έκλεισαν συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ[494]. Σημειώνουμε ότι πέραν από τον όρο της αποκλειστικής συνεργασίας, που αυτομάτως αποκλείει την εταιρεία μας από την συγκεκριμένη αγορά, η καταχρηστική συμπεριφορά της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ προκύπτει και από την καταβολή υπέρογκων παροχών για να προσεγγίσουν τον πελάτη, παροχών που δεν δικαιολογούνται οικονομικά (βλ. κατωτέρω)*».

---

[487] ΣτΣ: εννοείται της καθ’ ης.
[488] ΣτΣ: Δηλαδή, προκαταβολικά.
[489] ΣτΣ: Δηλαδή, προκαταβολικά.
[490] Διάρκειας 1.3.2007 – 28.2.2010.
[491] [...].
[492] [...].
[493] Τα ανωτέρω αναφορικά με το υψηλό επίπεδο παροχών και την επιβληθείσα ρήτρα αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, επιβεβαιώνει και σημείωμα εσωτερικής επικοινωνίας με ημερομηνία 21/5/2004 που υπογράφει ο […] (υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας) για τις εταιρίες του Ομίλου [...].
[494] [...].

423 Η ίδια μαρτυρία επαναλαμβάνεται και από έτερη ανταγωνίστρια της καθ' ης, […][495] όπου αναφέρεται ότι: «Οι αλυσίδες [...] για παράδειγμα έχουν συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΖ και δεν μπορούμε να ξεκινήσουμε συνεργασία. [...] Οι αποκλειστικότητες συνοδεύονται από μεγάλες παροχές».

424 Από την έρευνα της Υπηρεσίας προκύπτει όντως ότι οι αντιπαροχές προς την [...] είναι πολύ υψηλές και για ορισμένα έτη προσεγγίζουν ή υπερβαίνουν την αξία των αγορών του σε προϊόντα της καθ’ ης, δηλαδή εξικνούνται σε κάτω του κόστους τιμολόγηση εκ μέρους της καθ’ ης.

425 Ενδεικτικά, στην από [...]2007 ως άνω σύμβαση με [...], η ΑΘΗΝΑΪΚΗ δεσμεύεται να παρέχει στην αντισυμβαλλόμενή της [...]

426 Επίσης, στην από [...] σύμβαση με την [...], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμεύεται να παρέχει στην αντισυμβαλλόμενή της [...].

427 Αντίστοιχοι όροι ανευρίσκονται και στην από [...] σύμβαση συνεργασίας της Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την [...] όπου προβλέπεται [...].

428 Πέραν των HORECA που εξετάσθηκαν, και ιδίων των κυλικείων – καταστημάτων του [...], από συμφωνία αποκλειστικότητας καταλαμβάνονται και τα κυλικεία πλοίων του Ομίλου βάσει των σχετικών συμβάσεων. Επίσης, σε σχέση με την σε αυτές τις συμφωνίες προβλεπόμενη αντιπαροχή ισχύουν τα ανωτέρω εκτιθέμενα (πρόκειται για υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα με μεγάλη περίοδο αναφοράς, οικονομικά ανταλλάγματα με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής και με πρόβλεψη επιστροφής σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών που καλύπτει το σύνολο των αναγκών της αλυσίδας). Ειδικότερα, στην [...] σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ’ ης με την [...] και διατηρεί και εκμεταλλεύεται τα κυλικεία που λειτουργούν στο σύνολο των πλοίων πλοιοκτησίας της εταιρίας [...], δηλώνεται ότι:

[...].

429 [...][496]. […].

430 Σε σχέση με την οικονομική αντιπαροχή που προβλέπεται και σε αυτή την περίπτωση: [...][497][...].

431 [...].

432 Στο προοίμιο της από [...] σύμβασης (διάρκειας [...]) της καθ’ ης με την [...], για τα κυλικεία που λειτουργούν στο σύνολο των πλοίων κάθε τύπου πλοιοκτησίας της εταιρίας [...] προβλέπεται ότι: «[...]».

433 [...][498][...]".

434 [...].

---

[495] […].
[496] ΣτΣ: εννοείται της καθ’ ης.
[497] Αντίστοιχα, -[...] προβλέπεται στις από 31.05.2011 και 01.03.2012 συμβάσεις συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την [...]
[498] ΣτΣ: εννοείται της καθ’ ης.

435 Στο προοίμιο της από [...] σύμβασης συνεργασίας ([...]) της καθ' ης με την [...], θυγατρική της [...], ορίζεται σε σχέση με τα κυλικεία που λειτουργούν στο σύνολο των πλοίων κάθε τύπου πλοιοκτησίας της εταιρίας [...]. τα ακόλουθα: « [...][499] [...]»

436 [...].

437 Ομοίως, στο προοίμιο της από [...] σύμβασης συνεργασίας (διάρκειας [...]) της καθ' ης με την [...], για τα κυλικεία που λειτουργούν στο σύνολο των πλοίων της εταιρίας [...] περιέχεται ο ακόλουθος όρος: « [...]».

438 [...][500] *[…]*».

439 [...].

440 [...].

441 Περαιτέρω, για την αλυσίδα [...] η καταγγέλλουσα Μύθος αναφέρει ότι: «[...] Η συνεργασία μαζί τους ξεκίνησε τον [….] και η σύμβασή μας έληγε τον […]. Μετά το πέρας των διαπραγματεύσεων [...], μας ανακοίνωσαν ότι θα διακοπεί η συνεργασία με τα καταστήματα [...], και μάλιστα νωρίτερα από την λήξη της συμφωνίας μας. Η αιτία ήταν και πάλι η συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ. Και σε αυτή την περίπτωση η ΑΘΗΝΑΪΚΗ χορήγησε υπέρογκες παροχές».

442 Πράγματι, από τα συλλεγέντα στοιχεία προκύπτει ότι την από [...] συνήφθησαν διαδοχικές συμβάσεις μεταξύ της καθ' ης και της [...], στην πρώτη εκ των οποίων ([...]), προβλέπεται, στους όρους 1 και 2, ότι:

[...][501] *[…]»*. Σημαντική οικονομική αντιπαροχή, [...], προβλέπεται και σε αυτή την περίπτωση: Στο άρθρο 4 της σύμβασης ορίζεται ότι: [...]».

443 *[...]*.

444 Αντιστοίχως, στην από [...] σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την [...], στους όρους 1, 2 προβλέπεται ότι:

«[...][502]*[…]*[503]*[…]*[504]*[…]*.

445 *[…]*.

446 Συνοψίζοντας, αν και σε ένορκη κατάθεσή του, ο […] αρνείται ότι υπάρχει όρος αποκλειστικότητας[505]

---

499 ΣτΣ: εννοείται της καθ' ης.
500 ΣτΣ: εννοείται της καθ' ης.
501 ΣτΣ: εννοείται της καθ' ης.
502 ΣτΣ: εννοείται της καθ' ης.
503 Αντίστοιχοι όροι περιέχονται και στην από […] σύμβαση συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την […].
504 Έκπτωση ποσοστού […] στην από […] σύμβαση συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την […].
505 [...]. Ισχυρίζεται, δε, ότι οι λόγοι που οδήγησαν τις εταιρίες του Ομίλου στη διακοπή της συνεργασίας σχετίζονταν με την πτωτική πορεία των πωλήσεων του προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας, στο καλύτερο επίπεδο συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αλλά και στη ζήτηση των σημάτων της τελευταίας. Σύμφωνα με τα λεγόμενα του καταθέτοντος, οι προαναφερόμενοι λόγοι εμπόδισαν τον Όμιλο και από την αποδοχή μεταγενέστερων προτάσεων συνεργασίας εκ μέρους της Μύθος. Περαιτέρω, [...], ο λόγος της επιλογής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μεταξύ των εταιριών ζύθου ως "κύριου προμηθευτή" έγκειται στις υψηλότερες πωλήσεις, στην αναγνωρισιμότητα των εμπορικών της σημάτων καθώς και στο

και ισχυρίζεται ότι η Μύθος Ζυθοποιία δεν τους έχει κάνει ποτέ πρόταση για παράλληλη τοποθέτηση των προϊόντων της στα καταστήματά τους, εντούτοις, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, οι συγκλίνουσες σχετικές μαρτυρίες των ανταγωνιστών της καθ' ης για την επιβολή αποκλειστικότητας από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιβεβαιώνονται τόσο από τις ίδιες τις προεκτεθείσες συμφωνίες της καθ' ης οι οποίες ρητά αναφέρονται, μεταξύ άλλων, σε κάλυψη των αναγκών των καταστημάτων της αντισυμβαλλόμενης με προϊόντα της καθ' ης (και οι οποίες επιπλέον ακολουθούν το πρότυπο των αντίστοιχων συμφωνιών αποκλειστικότητας με συγκρίσιμες αλυσίδες μαζικής εστίασης κατά τα εδώ αναφερόμενα) όσο και από την αδιασάλευτη και μακροχρόνια παντελή απουσία άλλων προμηθευτών μπίρας από την εν λόγω αλυσίδα, από το χρονικό σημείο της υπογραφής των ως άνω συμφωνιών με την καταγγελλόμενη και από όλα τα προεκτεθέντα στοιχεία. Παρόλα τα περί του αντιθέτου προβαλλόμενα, από την έναρξη της συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, για πολύ μεγάλο χρονικό διάστημα (που επιτείνει τη χειροτέρευση της δομής της αγοράς εκ του αποκλεισμού), αποκλειστικός προμηθευτής προϊόντων ζύθου καθίσταται η καθ' ης. Υπογραμμίζεται, τέλος, ότι τα οικονομικά ανταλλάγματα που παρέχει η ΑΖ για τα καταστήματα [...] συνιστούν πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν ιδιαιτέρως σημαντικού ύψους, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα, μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής και με πρόβλεψη επιστροφής σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών που καλύπτει το σύνολο των αναγκών της αλυσίδας.

[.........]

447 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει υπογράψει συμβάσεις προμήθειας προϊόντων μπίρας με την «[...]» η οποία εκμεταλλεύεται ή παραχωρεί την άδεια εκμετάλλευσης των καταστημάτων με την επωνυμία « [...]»[506]. Οι εν λόγω συμβάσεις καλύπτουν αδιαλείπτως το διάστημα των ετών 2001 (από [...][507]) έως σήμερα. Στην πρώτη εξ αυτών, από [...] σύμβαση[508] με διάρκεια ισχύος έως την […]ορίζεται (μέρος Β'):

« [...]».

υψηλότερο επίπεδο logistics που η συγκεκριμένη εταιρία διαθέτει.
Αναφορικά με την αποκλειστικότητα, ειδικότερα, [...]ισχυρίζεται ότι: «Δεν υπάρχει όρος αποκλειστικότητας στις συμβάσεις ούτε και στην πράξη. Παράλληλη τοποθέτηση προϊόντων δε γίνεται εν τοις πράγμασι λόγω κόστους διαχείρισης, κόστους χώρου (π.χ. ψυγεία κλπ.), λειτουργικού κόστους κλπ. Επιπλέον, ακόμα και αν τοποθετήσουμε παράλληλα προϊόντα άλλης ζυθοποιίας, δεν αναμένουμε ότι η αύξηση των πωλήσεων θα είναι η ανάλογη: η αύξηση της γκάμας των σημάτων δε θα οδηγήσει σε αύξηση των πωλήσεων. Η ΜΥΘΟΣ δεν μας έχει κάνει ποτέ πρόταση για παράλληλη τοποθέτηση των προϊόντων της στα καταστήματα μας, πιστεύω για λόγους marketing: δεν μπορεί να χτίσει η εταιρεία ζήτηση πάνω σε καταστήματα όπου πωλούνται παράλληλα και προϊόντα άλλης εταιρείας. Τι προωθητικές ενέργειες μπορούν να γίνουν;». Με βάση, όμως, τα προεκτεθέντα στοιχεία, τις συμβάσεις και τις μεταγενέστερες υποβολές στοιχείων εκ μέρους του [...], καταρρίπτονται οι εν λόγω ισχυρισμοί του [...], οι οποίοι, σε κάθε περίπτωση. δεν μεταβάλλουν το γεγονός ότι η συμφωνία με την καθ' ης περιείχε επιβολή από την τελευταία ρήτρας αποκλειστικότητας, η οποία είναι καθεαυτή απαγορευμένη όταν προέρχεται από δεσπόζουσα επιχείρηση, ακόμη και αν υπάρχει σχετικό αίτημα του πελάτη. Η πρόταση αυτή, αντιθέτως, αναδεικνύει τη σύνδεση μεταξύ προωθητικών παροχών και επιβολής αποκλειστικότητας –απαγορευμένης, βάσει των κανόνων του ανταγωνισμού για τη δεσπόζουσα επιχείρηση-.

[506] Επιπλέον, η εταιρία εκμεταλλευόταν τα καταστήματα με τις επωνυμίες «[...]» και «[...]».

[507] Η πρώτη διαθέσιμη σύμβαση φέρει ημερομηνία υπογραφής την [...].

[508] Η εν λόγω σύμβαση αφορούσε στο κατάστημα «[...]» που λειτουργεί [...] (υποβολή στοιχείων ΑΖ υπ' αριθ. πρωτ. 3172/07.11.01).

448 Στο σημείο αυτό υπογραμμίζεται ότι στις εν λόγω συμβάσεις, όπως και στις άλλες, όμοιας δομής, εδώ αναφερόμενες συμβάσεις με key accounts, από την ίδια τη διατύπωση της σύμβασης καθίσταται απολύτως σαφές ότι η αποκλειστική προμήθεια και διάθεση των προϊόντων της ΑΖ συνιστά υποχρέωση της αντισυμβαλλόμενης αλυσίδας key account έναντι της οποίας υποχρέωσης μάλιστα, σύμφωνα με τους αντίστοιχους όρους, χορηγούνται από την καθ' ης οι κατά περίπτωση εκπτώσεις – ανταλλάγματα αποκλειστικότητας[509].

449 Στην από [...] σύμβαση[510] της καθ' ης με τη [...]. που ακολούθησε, με διάρκεια ισχύος […]), η οποία αφορά στις αλυσίδες καταστημάτων γρήγορης εστίασης με τους διακριτικούς τίτλους [...] προβλέπεται αποκλειστικότητα, με εξασφάλιση της κάλυψης των αναγκών όλων των καταστημάτων από την Αθηναϊκή, και τα σχετικά οικονομικά ανταλλάγματα:

«[...][511] *[...]*.

450 [...].

451 Στην επόμενη από [...] σύμβαση (διάρκειας [...]) της καθ' ης με την ανώνυμη εταιρεία [...][512], προβλέπονται τα εξής όσον αφορά στην αποκλειστικότητα και τα σχετικά οικονομικά ανταλλάγματα:

« *[...]*».

452 Αντιστοίχως, στις διαδοχικές συμβάσεις που υπεγράφησαν μεταξύ των ιδίων συμβαλλομένων την [...][513],[...][514][...][515] στους όρους 1 και 2 προβλέπεται ότι:

«*1.* [...][516][...][517][...]».

453 Συνεπώς, και σε αυτή την περίπτωση, για πολύ σημαντική χρονική περίοδο από το 2001 εφεξής, έχει συμφωνηθεί αποκλειστικότητα, η αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση και εδώ αναλαμβάνει την υποχρέωση να προμηθεύεται και να διαθέτει στα καταστήματά της Προϊόντα Μπύρας της Αθηναϊκής και η Αθηναϊκή προβλέπεται ότι θα καλύπτει όλες τις ανάγκες όλων των καταστημάτων της [...] σε προϊόντα μπίρας. Στην πράξη, επίσης, η συγκεκριμένη αλυσίδα δηλώνει προμήθεια σε ποσοστό [95-100]% προϊόντων ζύθου της καθ' ης για το εξετασθέν διάστημα 2004 – 2012 και μέχρι και το β' εξάμηνο του 2013[518].

454 Τέλος, βάσει των ρητών συμβατικών ρητρών και όλων των υπολοίπων συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων, οι περί του αντιθέτου δηλώσεις του Δ/ντος Συμβούλου της [...] ένορκη βεβαίωσή του τις οποίες επικαλείται με το υπόμνημά της της 04.03.2014 η ΑΖ και τα επιχειρήματά της σχετικά δεν

---

509 Συνεπώς, οι περί του αντιθέτου ισχυρισμοί της καθ΄ης (βλ. ενδεικτικά υπόμνημα της 04.03.2014, παρ. 198) είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι.

510 Η εν λόγω σύμβαση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. με την υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολή στοιχείων.

511 Ενν. [...].

512 Οι από [...] και [...] συμβάσεις που κάλυπταν την περίοδο από [...] έως και [...] προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. με τις υπ΄ αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 και 5648/06.07.12 υποβολές στοιχείων της καθ' ης.

513 [...].

514 [...].

515 [...].

516 [...].

517 Εννοείται της καθ' ης.

518 Παράρτημα 1 Πίνακας 1.

μπορεί να γίνουν δεκτά. Μάλιστα ο εκπρόσωπος της [...] εκεί επισημαίνει ότι *«Αυτό ισχύει για όλα ανεξαιρέτως τα χρόνια που συνεργαζόμαστε με την ΑΖ και δεν υπήρξε καμία διαφοροποίηση στην τελευταία ετήσια σύμβαση που υπογράψαμε στις 29/1/2013»*, αναγνωρίζει δηλαδή την όμοια φύση των συμφωνουμένων με τις μεταξύ της καθ' ης και της εν λόγω αλυσίδας διαχρονικά.

455 Η επιβολή αποκλειστικότητας στην εν λόγω αλυσίδα μαζικής εστίασης προκύπτει και από την προαναφερθείσα κατάθεση της ανταγωνίστριας της καθ' ης […] σύμφωνα με την οποία «[…] *συμφωνίες αποκλειστικότητας έχουν και τα καταστήματα αλυσίδες* […] *« [...]» με την ΑΖ* […] *Οι αποκλειστικότητες συνοδεύονται από μεγάλες παροχές*[519]». Η μαρτυρία της […] επιβεβαιώνεται και ως προς αυτό το σκέλος αφού από την έρευνα της Υπηρεσίας όντως προκύπτει ότι και στην περίπτωση αυτή οι παροχές προς το εν λόγω key account είναι εξαιρετικά υψηλές. Τα οικονομικά ανταλλάγματα που παρέχει η ΑΖ και για τα καταστήματα των αλυσίδων της « [...]» συνιστούν σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα, μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής). Σε σχέση με τα οικονομικά ανταλλάγματα, ενδεικτικά, στις από [...] ως άνω συμβάσεις με την [...] η καθ' ης δεσμεύεται να παρέχει στην αντισυμβαλλόμενή της έκπτωση [...]. Περαιτέρω, βάσει όλων των προαναφερθεισών συμβάσεων, η [...] λαμβάνει από την καθ' ης υψηλά ποσά για υπηρεσίες προώθησης και διαφήμισης των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΙΚΗΣ. Ειδικότερα με επίκληση τέτοιου τύπου υπηρεσιών η καθ' ης αναλαμβάνει να παράσχει στη [...] τα εξής:

(α) [...][520])

(β[...][521])

(γ) [...][522])

(δ) [...][523])

(ε) [...][524]) και

(στ) [...][525]).

456 Τα ποσά αυτά μάλιστα, κατ' αντιστοιχία με τα προεκτεθέντα, προκαταβάλλονται για κάθε έτος (καταβάλλονται με την υπογραφή της συμφωνίας και εν συνεχεία, για τις συμφωνίες με διάρκεια πλέον του έτους, στην αρχή κάθε έτους ισχύος της αντίστοιχης συμφωνίας[526]). Βεβαίως, δεδομένου ότι ανεξαρτήτως του αριθμού των καταστημάτων στα οποία η σύμβαση αφορά και ανεξαρτήτως του είδους και του κόστους των προωθητικών ενεργειών που θα πραγματοποιηθούν, το τελικό συνολικό ποσό που

---

519 […].
520 [...].
521 [...].
522 [...]
523 [...].
524 [...].
525 [...].
526 [...].

συμφωνείται να λαμβάνει η [...] παραμένει περίπου το ίδιο διαχρονικά και ανέρχεται σε [...], με εξαίρεση τα έτη [...] που ανήλθε σε [...], καταδεικνύει την έλλειψη σύνδεσης μεταξύ των παροχών και της πραγματοποίησης προωθητικών ενεργειών. Αυτό άλλωστε δεν κατάφερε να το καταδείξει η καθ' ης με κανέναν τρόπο. Για παράδειγμα το 2004 [...] είχε λαμβάνειν [...]. Πέραν της εν λόγω εμφανούς αναντιστοιχίας, θα ανεμένετο καθόλη τη διάρκεια των ετών που ίσχυσαν οι συμφωνίες μεταξύ της [...] και της καθ' ης, ο αριθμός των (εταιρικών και franchise) καταστημάτων να αυξάνεται ή να μειώνεται, με αντίστοιχη αυξομείωση και των παροχών για προωθητικές ενέργειες και διαφήμιση. Εν προκειμένω το ποσό παρέμεινε σταθερό γεγονός που συνηγορεί στο ότι τα ανωτέρω ποσά, που, στην ουσία συνιστούσαν ένα από τα ανταλλάγματα για την εξασφάλιση αποκλειστικότητας, φαινομενικά μόνο δίδονταν για τους αναγραφόμενους στις αντίστοιχες συμβάσεις διαφημιστικούς σκοπούς.

457 Αντίστοιχου τύπου ασυνέπειες και αποσύνδεση με κάθε έννοια οικονομικού αντικρύσματος παρατηρείται και στις λοιπές συμβάσεις, και στα λοιπά key accounts, κατά τα εδώ εκτιθέμενα.

458 Σε σχέση ειδικότερα με την από [...] σύμβαση, φαίνεται να απαλείφεται για το έτος 2013 η συμβατική επιβολή της αποκλειστικότητας και το ως άνω λεκτικό έχει τροποποιηθεί ως εξής: [...][527]. Η ως άνω συμβατική τροποποίηση όμως δεν αντιστοιχεί και σε τροποποίηση των εν τοις πράγμασι όρων συναλλαγής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από την [...]2013, ήτοι την ημερομηνία έναρξης ισχύος της νέας σύμβασης. Όπως εκτίθεται στο οικείο σημείο, στις τρεις τελευταίες συμβάσεις που συνήφθησαν μεταξύ της [...] και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (της από [...]2011, της από […]2012 και της από [...]2013 προβλέπονται τα ίδια οικονομικά ανταλλάγματα προς την αντισυμβαλλόμενη εταιρία (συγκεκριμένα προβλέπεται [...]. Κυρίως όμως, η τροποποίηση του όρου δεν συνεπάγεται την εγκατάλειψη της επιβολής αποκλειστικότητας, αλλά στην πράξη η [...] εξακολουθεί να προμηθεύεται μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και να λαμβάνει τις σημαντικές αντιπαροχές, γεγονός που συντείνει στο συμπέρασμα ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, στην πράξη επιβάλλει την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της με σιωπηρή συμφωνία, ακόμη και το 2013, με αντάλλαγμα τις ανωτέρω εκτεθείσες, και, σε κάθε περίπτωση, αφ' εαυτών καταχρηστικού χαρακτήρα, παροχές (βλ. και Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1).

459 Περαιτέρω, από εξέταση των οικονομικών ανταλλαγμάτων που η αντισυμβαλλόμενη εταιρία « [...]» έλαβε στο πλαίσιο της ως άνω αποκλειστικής συνεργασίας κατά τα έτη 2005 – 2011[528], προκύπτει ότι [...]. Συγκεκριμένα[529], τα έτη 2005 - 2011 το ποσοστό του συνόλου των χορηγηθεισών διαφημιστικών αμοιβών επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων είναι πολύ [...]). Το εν λόγω ποσοστό ανέρχεται σε [...] στα ως άνω έτη αντίστοιχα. Εάν στο ποσό των διαφημιστικών αμοιβών προστεθούν και τα ποσά των χορηγηθεισών εκπτώσεων επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα τα ως άνω ποσοστά διαμορφώνονται στο επίπεδο του [...], αντίστοιχα. Αναλυτικότερα οι εν λόγω υπολογισμοί παρατίθενται στον Πίνακα 8^{α} κατωτέρω.

Πίνακας 8^{α}

---

[527] Προφανώς εννοεί την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.
[528] Για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία.
[529] Όπως προέκυψε από τα αναλυτικά στοιχεία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εκ μέρους των καταστημάτων της εν λόγω αλυσίδας.

[...]

Τα στοιχεία στα οποία βασίσθηκαν οι ως άνω υπολογισμοί παρατίθενται στον Πίνακα 8$^{\beta}$ του Παραρτήματος 1[530].

[.........]

460 Συμφωνία αποκλειστικότητας έχει συμφωνηθεί και με την εταιρία εκμετάλλευσης των καταστημάτων ταχείας εστίασης «[...]». Η εν λόγω επιχείρηση είχε συνεργασία με την καταγγέλλουσα Μύθος Ζυθοποιία η οποία ξεκίνησε τον Οκτώβριο του 2001 και έληξε το Μάρτιο του 2004.

461 Η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της[531] αναφέρει ότι η εταιρία εκμετάλλευσης αλυσίδας καταστημάτων ταχείας εστίασης « [...]» - εφεξής ως « [...]») δεν ανανέωσε τη μεταξύ τους συνεργασία επειδή συνήψε συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι υψηλών παροχών. Συγκεκριμένα, η καταγγέλλουσα αναφέρει: *«Η συνεργασία μας με την εταιρεία* [...] *ξεκίνησε τον […] και έληξε το […]. Οι διαπραγματεύσεις με τη συγκεκριμένη εταιρεία για την ανανέωση της συνεργασίας μας ξεκίνησαν το φθινόπωρο του 2003 και τελείωσαν τον Φεβρουάριο του 2004. Όπως και στις ανωτέρω περιπτώσεις* [ΣτΣ: ενν. τις εταιρίες του [...]], *μας ανακοίνωσαν ότι η συνεργασία μας δεν θα συνεχιστεί γιατί συνήψαν συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ. Και εδώ ασφαλώς η ΑΘΗΝΑΪΚΗ χορήγησε υπέρογκες παροχές»*[532].

462 Στο από 21.05.2004 (σύγχρονο της επίμαχης περιόδου) εσωτερικό σημείωμα μάλιστα του πρώην υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […][533], στο οποίο περιγράφονται τα ανωτέρω επιπλέον επισημαίνεται: *«Το συμβόλαιο συνεργασίας με τα πιο πάνω καταστήματα, άρχιζε τον […] και έληγε τον […]*[[534]] *[…]. […] Οι διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της συνεργασίας, ξεκίνησαν το φθινόπωρο του 2003 και τελείωσαν τον Φεβρουάριο του 2004. Μας ανακοινώθηκε στη συνέχεια, ότι η συνεργασία μας δεν θα συνεχιστεί, γιατί θα συνεχίσουν αποκλειστικά με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ. Οι παροχές που προτείναμε για την ανανέωση ήταν της τάξεως του […] του αναμενόμενου τζίρου τους. Το περιβάλλον του πελάτη, μας ανέφερε ότι οι παροχές από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι της τάξεως του 70%»*[535].

463 Σε σχέση με την αιτίαση ότι, μετά από μακρές διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της συνεργασίας μεταξύ καταγγέλλουσας και της [...], η συνεργασία διακόπηκε γιατί συνήφθη συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[536], η οποία χορήγησε υπέρογκες παροχές, αποδείχθηκαν τα

---

[530] Τα οικονομικά μεγέθη [...] πωλήσεων, χορηγηθεισών [...] εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[531] Υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.2006.

[532] Τα πεδία με έντονη γραφή αποδίδονται σύμφωνα με το κείμενο της καταγγελίας.

[533] Το συγκεκριμένο σημείωμα επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας. Ο […] απευθύνει το ενημερωτικό σημείωμα στους […].

[534] Αναγράφεται προφανώς εκ παραδρομής «[…]».

[535] Το εν λόγω έγγραφο της καταγγέλλουσας παρατίθεται στο Παράρτημα 1.

[536] Σύμφωνα με την Καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία: «Οι διαπραγματεύσεις με την συγκεκριμένη εταιρεία για την ανανέωση της συνεργασίας μας ξεκίνησαν το [...] του 2003 και τέλειωσαν τον [...] του 2004. Όπως και στις ανωτέρω περιπτώσεις, μας ανακοίνωσαν ότι η συνεργασία μας δεν θα συνεχιστεί γιατί συνήψαν συμφωνία αποκλειστικής

ακόλουθα.

464 Η [...] διατηρούσε έως το [...]2004 συμβατική σχέση παράλληλα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και την καταγγέλλουσα (μεταξύ της «[...]» και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είχε συναφθεί η από [...]2001 σύμβαση με διάρκεια ισχύος [...]2004[537]). Η «[...]» το 2004 ανανέωσε τη συνεργασία της μόνο με την καθ' ης και όχι με την καταγγέλλουσα, με την από 01.04.2004 υπογραφείσα σύμβαση συνεργασίας μεταξύ αυτής και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, με περίοδο ισχύος την [...][538]. Ήδη από τις αρχές του 2004 ωστόσο, και μέχρι και το α' εξάμηνο του 2013 (διάστημα που καλυπτόταν από συμβάσεις μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της εν λόγω εταιρίας), σύμφωνα και με τα στοιχεία του Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1, η εταιρία «[...]» προμηθευόταν αποκλειστικά σήματα ζύθου της καθ' ης.

465 Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει, δε, ότι η τριετής συνεργασία της [...] με την Καταγγέλλουσα Μύθος Ζυθοποιία διακόπηκε πράγματι με την υπογραφή της συμφωνίας της [...]2004 μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της « [...]» (διάρκεια [...]). Από την έναρξη της συνεργασίας αυτής με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και μέχρι και το β' εξάμηνο του 2013 η [...] προμηθεύεται αποκλειστικά ([95-100]%) προϊόντα της καθ' ης[539]. Μάλιστα, όταν η [...] διέκοψε τη συνεργασία της με τη Μύθος Ζυθοποιία, συμφώνησε, κατά τα κατωτέρω παρατιθέμενα, να λαμβάνει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνολικές εκπτώσεις και παροχές οι οποίες ανέρχονται στο [...], ποσοστό ιδιαιτέρως υψηλό.

466 Υπογραμμίζεται, περαιτέρω, ότι σε εσωτερικό εταιρικό έγγραφο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της καθ' ης[540] και που αφορά στη συνεργασία της με τη [...] (στο πλαίσιο της σύμβασης που έληγε την [...]), περιλαμβάνεται ρητά η μνεία: *«μόνο προϊόντα Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»* . [...], πέραν των εκεί αναφερομένων εκπτώσεων, αναφέρεται στις «ΕΚΚΡΕΜΟΤΗΤΕΣ - ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ» ότι «*έχει προκαταβληθεί το ποσό των* [...] *για την διάρκεια των* [...] *της σύμβασης*», ότι «*τα καταστήματα βρίσκονται στο* [...] και επισημαίνεται η προεκτεθείσα μνεία: «*Μόνο προϊόντα Α.Ζ.*». Στο πλαίσιο δε της ανανέωσης της συνεργασίας που έληγε το [...], η καθ' ης προέβη σε βελτίωση του προσφερόμενου ποσού για [...] στο πλαίσιο της εμπορικής της πρότασης συνεργασίας, προκειμένου να συνεχισθεί η εκ μέρους της αποκλειστική προμήθεια των καταστημάτων της εν λόγω εταιρίας με προϊόντα ζύθου (βλ. Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1). Αναλυτικότερα, όπως προκύπτει από ηλεκτρονική αλληλογραφία μεταξύ [...] και στελέχους της εταιρίας [...], η εταιρία στο από [...]ηλεκτρονικό μήνυμά της με θέμα [...] της είχε προτείνει στο πλαίσιο της συνεργασίας με διάρκεια [...]:[...]. Στο μεταγενέστερο μήνυμα της [...], με ημερομηνία [...] και θέμα [...], η εταιρία προσφέρει [...][541]. Η από 01.04.2006 σύμβαση που τελικά υπεγράφη[542] ενσωματώνει τους όρους της

συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ».

[537] Η εν λόγω σύμβαση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 3172/07.11.01 υποβολής στοιχείων.

[538] Η εν λόγω σύμβαση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο των υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 και 6649/30.09.08 υποβολών στοιχείων.

[539] Πίνακας 11, Παράρτημα 1 και ανωτέρω.

[540] Το έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε στις 24/5/2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[541] Το ποσό των [...] για [...] αναφέρεται σε: [...].

[542] Η συγκεκριμένη σύμβαση προσκομίσθηκε στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων της καθ' ης.

«νέας πρότασης», ενώ στο μέρος Β΄ προβλέπεται όπως και στην προηγούμενη σύμβαση ότι [...] [543] *[...]*.

467 Οι ως άνω όροι περί υποχρέωσης προμήθειας των προϊόντων ζύθου της περιλαμβάνονται και στις από [...]2009 και [...]2011 συμβάσεις που ακολούθησαν με αντίστοιχη διάρκεια ισχύος [...] και [...] [544].

468 Τονίζεται ότι σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, με ημερομηνία [...][545] (αναλύεται στη συνέχεια) επισυνάπτεται ενημερωτικό σημείωμα το οποίο αναφέρεται σε πελάτες key accounts για τους οποίους παρακολουθείται η αποκλειστικότητα ή η κατάσταση ανταγωνισμού. Μεταξύ αυτών αναφέρεται η περίπτωση «[...]» με αποκλειστικότητα *«από [...]»*[546].

469 Η έρευνα της Υπηρεσίας επιβεβαιώνει την εν λόγω καταχρηστική πρακτική της καθ' ης και βάσει των συμβατικών όρων που καλύπτουν μακρά χρονική περίοδο:

470 Στη σύμβαση μεταξύ ΑΖ και [...] της [...] (διάρκεια [...]) προβλέπεται μεταξύ άλλων ότι [...] (άρθρο 4).

471 Αναφορικά δε με το ποσοστό της προσφερόμενης παροχής εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, από την εξέταση των όρων της σύμβασης[547] καθώς και την αξία πωλήσεων[548] που πραγματοποίησε προς την εν λόγω επιχείρηση η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τη διάρκεια της περιόδου ισχύος της σύμβασης, προκύπτει ότι το ποσοστό της συμβατικά ορισθείσας αμοιβής της εταιρίας για την προβολή των εμπορικών σημάτων προϊόντων μπίρας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα καταστήματα της αλυσίδας κυμαίνεται [...][549][...][550][...].

472 Η ΑΖ παρέχει οικονομικά ανταλλάγματα τα οποία συνιστούν σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα, οικονομικά ανταλλάγματα, μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού. Συγκεκριμένα, όπως προαναφέρθηκε, στην έγγραφη αυτή συμφωνία συμφωνείται ότι έναντι της ως άνω υποχρέωσης της Εταιρίας για προμήθεια των προϊόντων της Αθηναϊκής, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει και δηλώνει ότι θα παρέχει προς την Εταιρεία για όσο διάστημα παραμένει ισχυρή αυτή η σύμβαση [...].

---

[543] Από τη σύμβαση προκύπτει ότι πρόκειται για τα καταστήματα [...].

[544] Οι εν λόγω συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολής στοιχείων.

[545] Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας (σύμφωνα με τις υπ' αριθ. πρωτ. 2852/22.05.06 και 2853/22.05.06 εντολές ελέγχου). Το μήνυμα έχει ως αποστολέα [...] και αποδέκτη την [...].

[546] Στη στήλη Α που πιθανολογείται ότι αναφέρεται στην «Α»ποκλειστικότητα ή την παρακολούθηση των «Α»νταγωνιστών αναγράφεται *«από* [...]».

[547] Σύμφωνα με τη σύμβαση της [...], ορίζεται [...].

[548] Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολή στοιχείων στην Ε.Α. από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η πραγματοποιηθείσα μικτή αξία πωλήσεων κατά το διάστημα ισχύος της εν λόγω σύμβασης είναι ίση με €[...]. Συγκεκριμένα, κατά την ως άνω υποβολή η μικτή αξία πωλήσεων ήταν ίση με €[...] το διάστημα [...], €[...] το έτος [...]και €[...] το διάστημα [...]. Επισημαίνεται ότι με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07 υποβολή στοιχείων της καθ' ης η μικτή αξία πωλήσεων που αντιστοιχεί στην ως άνω εταιρία το [...] είναι ίση με €[...] (αναλυτικότερα βλ. σχετ. στοιχεία Πίνακα 5β του Παραρτήματος 1).

[549] Προκύπτει από [...].

[550] Προκύπτει από [...].

473 Αντιστοίχως, στις διαδοχικές συμβάσεις μεταξύ ΑΖ και [...] της […]2006 […], της […]2009 […] και της […]2011, [….][551] [...][552], διατύπωση από την οποία αποδεικνύεται πέραν αμφιβολίας η επιβολή αποκλειστικότητας δεδομένου ότι αναφέρεται ρητά στην κάλυψη των αναγκών σε προϊόντα μπίρας των καταστημάτων Σμπάρρο που περιλαμβάνονται στη σύμβαση και η αποκλειστική προμήθεια και διάθεση των προϊόντων της ΑΖ συνιστά υποχρέωση της αντισυμβαλλόμενης αλυσίδας key account έναντι της οποίας υποχρέωσης μάλιστα, σύμφωνα με τους αντίστοιχους όρους, χορηγούνται από την καθ' ης οι εκπτώσεις.

474 Ειδικότερα, όπως προαναφέρθηκε, στις έγγραφες συμφωνίες της [...]2006, της […]2009[553] και της [...]2011[554] συμφωνείται ότι [...][555] [...][556] [...]. Και εδώ, τα οικονομικά ανταλλάγματα που παρέχει η ΑΖ για τα καταστήματα των αλυσίδων του Ομίλου «[...]» συνιστούν πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα, μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού.

475 Συμπληρωματικώς, η έρευνα της Ε.Α. σε σχέση με την εφαρμογή των συμβατικών όρων της περιόδου 2004 έως σήμερα κατέδειξε ότι τα καταστήματα της εταιρίας «[...]» διέθεταν και διαθέτουν σε αποκλειστική βάση προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τουλάχιστον από το 2004 και έως το α' εξάμηνο του 2013 (βλ. Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1).

476 Σημειώνεται, δε, ότι το ποσοστό των χορηγηθεισών διαφημιστικών αμοιβών επί της μικτής αξίας πωλήσεων για τα έτη 2005 – 2011 διαμορφώθηκε ετησίως στο επίπεδο του [...]. Εάν στο ποσό των διαφημιστικών αμοιβών προστεθούν και οι αξίες των χορηγηθεισών εκπτώσεων επί τιμολογίου και μέσω πιστωτικού σημειώματος, τα αντίστοιχα ετήσια ποσοστά υπολογίζονται στο ύψος του [...]. Με βάση τους ανωτέρω υπολογισμούς προκύπτει ότι τα [...]. Οι ανωτέρω υπολογισμοί για το διάστημα των ετών 2005 – 2011 παρατίθενται στον Πίνακα 5^{α} που ακολουθεί.

Πίνακας 5^{α}

[...]

477 Ο [...] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δικαιολογεί το μέγεθος του χορηγούμενου ποσού ως ακολούθως[557]: «[η] εν λόγω σύμβαση αφορά τη σηματοποίηση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο [...].

478 Εντούτοις, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, τα ανωτέρω εκτεθέντα συγκλίνοντα στοιχεία, μεταξύ των οποίων και σύγχρονα εσωτερικά έγγραφα της καθ' ης, αλλά και, ιδίως, οι συμβατικοί όροι (οι οποίες επιπλέον ακολουθούν το πρότυπο των αντίστοιχων συμφωνιών αποκλειστικότητας με συγκρίσιμες αλυσίδες μαζικής εστίασης κατά τα εδώ αναφερόμενα), επιβεβαιώνουν τη μαρτυρία της καταγγέλλουσας και τη συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας μεταξύ της ΑΖ και της [...] με την

[551] Βλ. άρθρο 1 των από [...]και [...]συμβάσεων και όρο Β της από [...]σύμβασης.
[552] Βλ. άρθρο 3 των από [...]και [...]συμβάσεων και άρθρο 1 της από [...]σύμβασης.
[553] Άρθρο 6.
[554] Άρθρο 4.
[555] [...].
[556] [...].
[557] Πρόκειται για απαντήσεις που έδωσε το εν λόγω στέλεχος σε ερωτηματολόγιο που υπεβλήθη στο πλαίσιο διενέργειας επιτόπιας έρευνας της Ε.Α. κατά την 21.07..

επιβολή υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων ΑΖ στη δεύτερη. Επομένως οι περί του αντιθέτου ισχυρισμοί της καθ΄ης είναι αβάσιμοι και απορριπτέοι.

[.........]

479 Αντίστοιχα ισχύουν και για την αλυσίδα καφέ-ζαχαροπλαστείων «[...]». Ειδικότερα, παρόμοιο με των άλλων αλυσίδων key accounts είναι και το πλαίσιο της εμπορικής συμφωνίας με την αλυσίδα καφέ-ζαχαροπλαστείων «[...]» όπως εκείνο διαφαίνεται στην επιστολή που έχει απευθύνει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προς στέλεχος της επιχείρησης[558] με ημερομηνία 23.04.2002. Αναλυτικότερα, όπως ήδη έχει αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα παρέχει στην αλυσίδα, με βάση τους όρους της συμφωνίας, για την πραγματοποίηση προωθητικών ενεργειών και σηματοποίηση, αμοιβή [...].

480 Εξάλλου, σε εσωτερικό έγγραφο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο οποίο καταγράφονται οι βασικοί όροι της εμπορικής συμφωνίας με την αλυσίδα καφε-ζαχαροπλαστείων «[...]»[559], με τίτλο «[...]», αναφέρεται στο πεδίο «ΕΚΚΡΕΜΟΤΗΤΕΣ-ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ»: ***«δουλεύει μόνο τις μπύρες μας»***. Επίσης στο πεδίο «ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ» επισημαίνεται: «[...]».

[.........]

481 Η αλυσίδα καταστημάτων [...] προμηθεύεται αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από το 2001 και μέχρι και το β' εξάμηνο του 2013[560].

482 Η επιβολή του όρου της αποκλειστικότητας προκύπτει από τους ίδιους τους όρους της σύμβασης οι οποίοι προβλέπουν ρητά την κάλυψη των αναγκών της αλυσίδας από προϊόντα της καθ' ης και υποχρέωση της αντισυμβαλλόμενης για προμήθεια και διάθεση στα καταστήματά της των προϊόντων της καθ' ης. Περαιτέρω, συμφωνούνται σημαντικά οικονομικά ανταλλάγματα [...] (ήτοι, της προμήθειας με προϊόντα της Αθηναϊκής).

483 Ειδικότερα, στην από [...] σύμβαση της καθ' ης με την εν λόγω εταιρεία (διάρκειας [...]), η οποία εκμεταλλεύεται τα σχετικά [...], προβλέπεται ότι:
« [...]».

484 Στην από [...] σύμβαση της καθ' ης με την [...] (διάρκειας [...]), η οποία εκμεταλλεύεται τα σχετικά [...], στους όρους 1, 2 προβλέπεται ότι:
«[...]».

485 Αντιστοίχως, στις συμβάσεις με την ίδια εταιρία, [...], της [...] (διάρκειας […]), της [...] (διάρκειας […]) και της [...] (διάρκειας […]) προβλέπεται ότι:

---

[558] [...].
[559] Έγγραφο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία της εταιρίας ζύθου την 24.05.06.
[560] Πίνακας 11, Παράρτημα 1.

«[...][561][...][562][...][...]».

486 Αντίστοιχο περιεχόμενο έχει και η από [...] σύμβαση της καθ' ης με την εν λόγω εταιρεία (διάρκειας […]), σύμφωνα με την οποία: «2. *Με την παρούσα σύμβαση τα μέρη αναλαμβάνουν τις εξής υποχρεώσεις:*

α) Εφόσον της ζητηθεί από τη [...]*, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να προμηθεύει τα Εστιατόρια με τα Προϊόντα Μπύρας της.* [...].

487 Ως προς την αλλαγή της διατύπωσης στη σύμβαση του 2013, η συμβατική τροποποίηση δεν αντιστοιχεί και σε τροποποίηση των εν τοις πράγμασι όρων συναλλαγής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από την ημερομηνία έναρξης ισχύος της εν λόγω σύμβασης[563]. Όπως προεκτέθηκε, στις συμβάσεις προβλέπονται τα ίδια οικονομικά ανταλλάγματα από την ΑΖ προς την αντισυμβαλλόμενη εταιρία. Κυρίως όμως, η τροποποίηση του όρου δεν συνεπάγεται την εγκατάλειψη της επιβολής αποκλειστικότητας, αλλά στην πράξη η [...] εξακολουθεί να προμηθεύεται μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και να λαμβάνει τις σημαντικές αντιπαροχές, γεγονός που καταδεικνύει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, στην πράξη επιβάλλει την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της, ακόμη και το 2013, με αντάλλαγμα τις ανωτέρω εκτεθείσες, και, σε κάθε περίπτωση, αφ' εαυτών καταχρηστικού χαρακτήρα, παροχές[564] (βλ. Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1).Τα δε οικονομικά ανταλλάγματα που προβλέπονται στις συμβάσεις και τα οποία παρέχει η ΑΖ και για τα καταστήματα της εν λόγω αλυσίδας συνιστούν σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα, μάλιστα μεταξύ άλλων με προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής).

[.........]

---

561 [...].
562 [...].
563 Σε κάθε περίπτωση κατά πάγια νομολογία (και όπως είχε κρίνει η απόφαση Hoffmann La Roche, και έχουν επιβεβαιώσει όλως προσφάτως τα ενωσιακά Δικαστήρια στις αποφάσεις Tomra και Intel [Απόφαση Hoffmann-La Roche, προπαρατ. σκέψη 89 και απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 9.9.2010, T 155/06, απόφαση Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. II 4361, σκέψη 208 και απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014 στην υπόθεση T 286/09, Intel Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 72 επ.] σε σχέση με τη νομική φύση της αποκλειστικής προμήθειας και του συστήματος εκπτώσεων) το γεγονός ότι μια δεσπόζουσα επιχείρηση δεσμεύει έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής, είτε η εν λόγω υποχρέωση συνομολογείται χωρίς τίποτε άλλο είτε έχει ως αντάλλαγμα την παροχή εκπτώσεων.
564 Ενδεικτικά είναι και τα όσα αναφέρει η «[...]» στην υπ' αριθ. πρωτ. 6030/30.7.13 επιστολή της: «[...]Σε κάποια από τα καταστήματα αυτά, λόγω ζήτησης των πελατών, είναι πιθανό να πωλούνται και άλλα προϊόντα ζύθου όπως ΜΥΘΟΣ-ΒΕΡΓΙΝΑ-ΚΑΙΖΕΡ κλπ. Σε κάθε περίπτωση όμως οι πωλήσεις των προϊόντων αυτών αποτελούν πολύ μικρή έως αμελητέα ποσότητα, κυρίως λόγω ζήτησης των πελατών. Είναι φανερό ότι κανένα κατάστημα και [...] δεν μπορούν λόγω χώρου, κόστους κλπ να έχουν και να διαθέτουν στο κοινό όλες τις ετικέτες (είδη) μπύρας, κρασιών, αναψυκτικών κλπ που κυκλοφορούν στην αγορά. Συνήθως η ζήτηση και προτίμηση των περισσότερων πελατών καθορίζει και τα πωλούμενα είδη. [...]. Και εν προκειμένω, η συμφωνία της [...] για αποκλειστική συνεργασία με την ΑΖ είναι κεντρική και καταλαμβάνει και τους δικαιοδόχους. Με βάση, δε, τις συμβάσεις και όλα τα προεκτεθέντα στοιχεία του φακέλου, καταρρίπτονται οι ισχυρισμοί ότι λόγοω χώρου κ.λπ. δεν μπορεί να έχει ανταγωνιστικά προϊόντα. Οι ισχυρισμοί αυτοί, σε κάθε περίπτωση. δεν μεταβάλλουν το γεγονός ότι η συμφωνία με την καθ' ης περιείχε επιβολή από την τελευταία ρήτρας αποκλειστικότητας, η οποία είναι καθεαυτή απαγορευμένη όταν προέρχεται από δεσπόζουσα επιχείρηση, ακόμη και αν υπάρχει σχετικό αίτημα του πελάτη. -

488 Αποκλειστικότητα προκύπτει ότι επιβλήθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην [...], στο πλαίσιο της γενικότερης στρατηγικής επιδίωξης αποκλειστικοτήτων από την καθ' ης. Μολονότι τούτο δεν φαίνεται να συνομολογήθηκε ρητά, σε εσωτερικό εταιρικό έγγραφο του 2005 της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της καθ' ης[565] και αφορά στη συνεργασία της με την [...][566], η αποκλειστικότητα προκύπτει ότι παρακολουθείται στενά, αφού αναφέρεται στο σημείο [...]ότι « [...]». Εξάλλου, σε προγενέστερο ενημερωτικό σημείωμα που αποστέλλεται από στέλεχος της καθ' ης σε έτερο στέλεχος με ημερομηνία [...][567], αναφέρεται για τη συνεργασία με την [...] ότι η ποσοστιαία συμμετοχή των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τη στιγμή εκείνη είναι [65-75]%, ενώ ως στόχος σημειώνεται να επιδιωχθεί το 100%, επιδιώκεται δηλαδή ρητά ως στρατηγική της εταιρίας και με συγκεκριμένο σχέδιο και ενέργειες η επίτευξη αποκλειστικότητας. Όντως, φαίνεται πως στην πράξη ο στόχος αυτός επετεύχθη, καθώς στο τέλος του 2005 στο ως άνω εσωτερικό σημείωμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας διαπιστώνεται ότι «[...]*της εταιρείας υπάρχουν μόνο οι μπίρες μας»*.

[.........] και [………]

489 Περαιτέρω συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχει συναφθεί και με την εταιρία [...] η οποία εκμεταλλεύεται την αλυσίδα [...], όπως προκύπτει ιδίως α. από τις σχετικές συμβάσεις, β. από την άρνησή της προς την ανταγωνίστρια της καθ' ης, Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, το Σεπτέμβριο του 2005, να διαθέσει, έστω και σε περιορισμένη ποσότητα, ανταγωνιστικά προϊόντα, επικαλούμενη τη συμφωνία της με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και γ. περαιτέρω από το γεγονός ότι μέχρι τουλάχιστον και το α' εξάμηνο του 2013 προμηθεύεται και διαθέτει κατ' αποκλειστικότητα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

490 Σημειώνεται ότι η συγκεκριμένη αλυσίδα δηλώνει προμήθεια σε ποσοστό 100% προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για το εξετασθέν διάστημα 2004 έως και το 2013. Επίσης, σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 18/11/2004[568] επισημαίνεται για τη συγκεκριμένη αλυσίδα: *«[...] η συνολική συμφωνία (έκπτωση επί τιμολογίου, Π.Σ., παροχές για προωθητικά προγράμματα) φθάνει σε ποσοστό [...]»*.

---

[565] Το έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε στις 24/5/2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[566] Λήγουσα στο τέλος του 2005. Ως όροι εμπορικής συνεργασίας αναφέρονται: [...].

[567] Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 24/5/2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το από 02.09.2004 μήνυμα έχει ως αποστολέα τον [...] και αποδέκτη [...].
Αναλυτικότερα, στο σημείωμα αυτό, παρακολουθείται στενά η τρέχουσα κατάσταση της καθ' ης (ποσοστό διατιθέμενων προϊόντων), παρακολουθείται η λήξη των συμβολαίων, παρακολουθείται στη στήλη "A" ο ανταγωνισμός και συγκεκριμένα ποια ανταγωνιστικά σήματα διατίθενται στον εκάστοτε πελάτη, και εντοπίζονται οι στόχοι επαύξησης των μεριδίων και εκδίωξης των ανταγωνιστών / επίτευξης αποκλειστικότητας, με επισήμανση συγκεκριμένων στόχων («target status») και με κατάστρωση συγκεκριμένου πλάνου ενεργειών και σχεδίαση των εκκρεμοτήτων – των συναντήσεων (στις οποίες προφανώς λαμβάνουν χώρα οι προσφορές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας) προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος αυτός. Για τις [...] εμφανίζεται ως στόχος («target status») η επίτευξη αποκλειστικότητας, ενώ το τρέχον ποσοστό αγορών προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι [65-75]%.

[568] Το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24/5/2006 στα γραφεία της εταιρίας.

491 Συναφώς αναφέρονται τα εξής. Στην από [...]2001 σύμβαση συνεργασίας που είχε συνάψει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την [...][569], με [...] διάρκεια από [...] έως [...], προβλεπόταν υποχρέωση προμήθειας και διάθεσης των προϊόντων ζύθου της καθ' ης ως ακολούθως: *« [...]».*

492 Το [...], στελέχος της καθ' ης ζήτησε από συνάδελφό του, μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, τις απόψεις του ενόψει ενδεχόμενης ανανέωσης της συνεργασίας της εταιρίας με τη « [...]». Η απάντηση που έλαβε ήταν η εξής: *«[Η] συνολική συμφωνία (έκπτωση επί τιμολογίου, Π.Σ., παροχές για προωθητικά προγράμματα) φθάνει σε ποσοστό* [...][570].

493 Προκύπτει επομένως ότι το ποσό που «επενδύει» η ΑΖ στο key account μπορεί να εμφανίζεται είτε ως ποσό προωθητικών ενεργειών ανά έτος, και δη το οποίο θα παραμένει σταθερό ανά έτος, ή μπορεί να συνδέεται με τον κύκλο εργασιών και να δίδεται ως ποσοστό επί του κύκλου εργασιών.

494 Οι διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της συνεργασίας συνεχίστηκαν έως τις [...]2005, οπότε υπεγράφη νέα σύμβαση μεταξύ των μερών (διάρκειας [...])[571], στον όρο 1 της οποίας προβλεπόταν ότι η [...]. Στο δε όρο 3 αναφερόταν ότι «[...]». Μερικές ημέρες μετά την ανανέωση ([...]2005) της συνεργασίας της καθ' ης με την εν λόγω αλυσίδα, ο πωλητής της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […], προσέγγισε την « [...]», με στόχο τη σύναψη συμφωνίας προμήθειας προϊόντων ζύθου. Η πορεία των διαπραγματεύσεων περιγράφεται στην από [...] έγγραφη έκθεση του […][572], καθ' ης, η οποία αναφέρει: *«Πριν από 15 μέρες είχα τηλεφωνική επικοινωνία από τα γραφεία της εταιρείας μας, με την υπεύθυνη της εταιρείας [...] κ. […] και έκλεισα συνάντηση για τις [...] και ώρα 12.30. Πριν από την επίμαχη συνάντηση της [...] και ώρα 10.00 τηλεφώνησε στο γραφείο της εταιρείας και μου μίλησε ως εξής. Κύριε […] καλή μέρα, είμαι η κ. […] από την [...] και θα σας παρακαλούσα όπως ακυρώσουμε τη συνάντηση μας επ' αόριστο, διότι λυπάμαι δεν μπορούμε να συνεργαστούμε μαζί στα καταστήματά μας, διότι έχουμε [...] συμβόλαιο με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.. Σε απάντησή μου εάν μπορεί να βάλει έστω και ένα μικρό ποσοστό μπύρας Βεργίνας, απάντησε όχι τους το απαγορεύουν από το συμβόλαιο».*

495 Αντίστοιχη άρνηση συνεργασίας αντιμετώπισε, σε μεταγενέστερο χρόνο, και έτερη ανταγωνίστρια. Σύμφωνα με […]: «*συμφωνίες αποκλειστικότητας έχουν και τα καταστήματα - αλυσίδες [...] με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Προσφορές σε κάποιες από τις εν λόγω εταιρίες εμείς έχουμε κάνει εξ αρχής [...] των προϊόντων μας στην αγορά, αλλά δεν έχουν γίνει δεκτές. Οι αποκλειστικότητες συνοδεύονται από μεγάλες παροχές*»[573].

496 Στη δε από […]2005 σύμβαση συνεργασίας (διάρκειας […]) μεταξύ της καθ' ης και της *[...]*, η οποία

---

[569] Η συγκεκριμένη σύμβαση προσκομίσθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολής στοιχείων.

[570] Το πρώτο μήνυμα είχε αποσταλεί στις 17.11.2004 από το στέλεχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας *[...]* προς το συνάδελφό του *[...]*, και ανέφερε: *«[...], θα ήθελα να σε ενημερώσω ότι την [...] έχουμε προγραμματίσει συνάντηση με [...] με θέμα την ανανέωση της συνεργασίας μας. [...]*. Η απάντηση του *[...]*εστάλη στις 18.11.2004. Τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της ΑΖ.

[571] Πρόκειται για την από *[...]* σύμβαση με περίοδο ισχύος *[...]* η οποία προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλασίο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[572] Υπεβλήθη στην Ε.Α. από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων.

[573] Απάντηση σε στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας το 2012.

εκμεταλλεύεται τα *[...]*, πράγματι προβλέπονται τα εξής:
«[...][574][...] ».

497 Στην προηγούμενη, [...]2001 σύμβαση συνεργασίας (διάρκειας […]) μεταξύ της καθ' ης και της *[...]*, προβλέπονται τα εξής:[...]

498 Παρατηρούμε εδώ ότι, όπως και στις περισσότερες άλλες συμβάσεις της καθ' ης, ο όρος 4 (*«Έναντι της υπό άρθρο 1 ανωτέρω υποχρέωσης της […]* προβλέπει τα οικονομικά ανταλλάγματα που δίδονται για την υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης που επιβάλλεται στην αντισυμβαλλόμενη. Περαιτέρω, στο άρθρο 5 προβλέπονται οι προωθητικές ενέργειες που θα πραγματοποιεί η αντισυμβαλλόμενη για λογαριασμό της καθ' ης και η πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή για αυτό. Τα οικονομικά ανταλλάγματα που προβλέπονται και για τα καταστήματα της εν λόγω αλυσίδας συνιστούν σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν υψηλά, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα, οικονομικά ανταλλάγματα.

499 Υπογραμμίζεται ότι οι παροχές που χορηγεί η ΑΖ και για τα καταστήματα της εν λόγω αλυσίδας συνιστούν πολύ σημαντική οικονομική αντιπαροχή, και αφορούν ιδιαιτέρως σημαντικού ύψους, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα. Στον Πίνακα 6^{α} που ακολουθεί ενδεικτικά αναφέρονται τα ποσοστά των εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών που χορηγήθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επί της μικτής αξίας πωλήσεων που αντιστοιχεί στα ως άνω καταστήματα για το διάστημα των ετών 2005 – 2011.

Πίνακας 6^{α}

[…]

500 Τέλος, βάσει των ρητών συμβατικών ρητρών και όλων των υπολοίπων συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων, οι περί του αντιθέτου δηλώσεις του Δ/ντος Συμβούλου […] ένορκη βεβαίωσή του τις οποίες επικαλείται με το υπόμνημά της της 04.03.2014 η ΑΖ και τα επιχειρήματά της σχετικά δεν μπορεί να γίνουν δεκτά.

[………]

501 Έτερη περίπτωση επιβολής αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ' ης συντρέχει με την αλυσίδα καταστημάτων μαζικής εστίασης […]. Η σύμβαση της […]2004 μεταξύ της καθ' ης και της […] που αναφερόταν στα εστιατόρια με δ.τ. […][575] προέβλεπε ότι:
«[…][576] *[…]»*.

502 Κατά τα ανωτέρω, η συμφωνία καταλαμβάνει εξατομικευμένα τις ανάγκες καθενός καταστήματος του εν λόγω πελάτη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε προϊόντα μπίρας, κατά τρόπο δε (με σταθερές προγραμματισμένες παραδόσεις), ώστε να μην παρουσιάζονται ελλείψεις σε προϊόντα μπίρας της καθ'

---

[574] *[...]*.
[575] […].
[576] […].

ης και η αντισυμβαλλόμενη αναλαμβάνει την υποχρέωση να προβαίνει σε όλες τις απαιτούμενες ενέργειες, ούτως ώστε τα Καταστήματά της να προμηθεύονται τα Προϊόντα Μπίρας της Αθηναϊκής.

503 Στις εδώ αναφερόμενες συμβάσεις με το key account προβλέπονται επίσης σημαντικού ύψους, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα, οικονομικά ανταλλάγματα για την επιβολή των προεκτεθέντων όρων αποκλειστικότητας. Στη σύμβαση της […] προβλέπεται ότι […] η ΑΘΗΝΑΪΚΗ θα παρέχει προς τα Καταστήματα […] και ότι έναντι υπηρεσιών που ανάγονται στην υποχρέωση της αντισυμβαλλόμενης της καθ' ης να « […]».

504 Αντιστοίχως, σχετική πρόβλεψη αποκλειστικότητας και οικονομικά ανταλλάγματα συμφωνούνται και στην από […]2007 (διάρκειας […]) σύμβαση μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της « […]» σε σχέση με τα καταστήματα […],[…]και […], στην οποία ορίζεται ότι: *«... η ΕΤΑΙΡΕΙΑ αναλαμβάνει να προμηθεύεται τα "Προϊόντα" για μεταπώληση σε όλα τα σημεία πώλησης των Εστιατορίων ανάλογα με τις υπάρχουσες ανάγκες της»* (άρθρο 2) και η ΑΘΗΝΑΪΚΗ θα παρέχει προς την Εταιρία για τα "Προϊόντα Μπύρας" έκπτωση ποσοστού […][577].[…].

[………]

505 Η Καταγγέλλουσα έχει επίσης καταγγείλει αποκλειστικότητα στην περίπτωση της αλυσίδας καταστημάτων εστίασης « […]» η οποία αρνήθηκε να διαθέσει τα προϊόντα της Καταγγέλλουσας, προβάλλοντας ρητώς ως αιτιολογία την αποκλειστική τους συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεση του κατά το 2007, την οποία υπέβαλε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα[578], αναφέρεται στα καταστήματα « […]» ως μία χαρακτηριστική περίπτωση εφαρμογής εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας *«δεσμευτικών συμφωνιών αποκλειστικότητας αλλά και των "επιθετικών" προσφορών υπέρογκων οικονομικών ανταλλαγμάτων προς διάφορα τελικά σημεία με αποκλειστικό σκοπό τη διακοπή των μέχρι τότε υφιστάμενων σχέσεων τους με την εταιρία μας [*ΣτΣ: *τη Μύθος Ζυθοποιία] και την ένταξή τους στη σφαίρα επιρροής της».* Σύμφωνα με την κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος […], στην περίπτωση *«της εταιρίας* […] *με την οποία έχει συνάψει σύμβαση αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ (μπίρα αλλά και νερό) με διάρκεια έως το 2009 στους οποίους χορηγεί υψηλότατες καθ' ομολογία τους παροχές*[579] *με προϋπόθεση τη μη προώθηση οποιουδήποτε προϊόντος του ανταγωνισμού και ιδιαίτερα της μπίρας μας ΜΥΘΟΣ. Αυτή ήταν η τοποθέτηση [...], υπεύθυνης αγορών της εν λόγω επιχείρησης κατά τη συνάντηση που είχαμε ο κ. [...] (αρμόδιος [...]) και εγώ στις [...] στα γραφεία τους, η οποία αρνήθηκε να δεχθεί οποιαδήποτε εκ μέρους μας προσφορά συνεργασίας -ούτε να το συζητήσει όπως χαρακτηριστικά ειπώθηκε- επικαλούμενη τη δέσμευσή της και της επιχείρησής της, από την προαναφερθείσα συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ με ισχύ έως το 2009. Ας σημειωθεί ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση μετά και την επιθετική "απόσπαση" από την συνεργασία της με την εταιρία μας*

---

[577] Ενώ επίσης προβλέπεται κατά τρόπο που παρέχει διακριτική ευχέρεια, και άρα δυνατότητα πίεσης, στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία ότι σε περίπτωση που «[…]». Συνεπώς προβλέπεται προκαταβολή μεγάλου ποσού της αμοιβής και επιστροφής σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών.

[578] Υπ' αριθ. 1025 ένορκη κατάθεση του […] στα γραφεία της εταιρίας στις 21.09.2007. Την εν λόγω κατάθεση προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία με την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική υποβολή.

[579] Η από […] σύμβαση που ίσχυε κατά την περίοδο που αναφέρεται ο καταθέτων, προέβλεπε […].

της […] από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ σε συνδυασμό με τις δεσμευτικές συμφωνίες αποκλειστικής διάθεσης που ισχύουν μέχρι σήμερα με άλλες επιχειρήσεις που διατηρούν καταστήματα εστίασης σε […] ήταν και η τελευταία πιθανότητα να έχει η εταιρία μας παρουσία στους συγκεκριμένους χώρους ([…]) και δεν μπορούμε παρά να θεωρήσουμε τις εν λόγω ενέργειες της ανταγωνίστριάς μας ως στοχευόμενες στρατηγικές κινήσεις για την αποβολή μας από τη συγκεκριμένη αγορά και την μείωση της επώνυμης ζήτησης των προϊόντων μας από το τουριστικό αγοραστικό κοινό».

506 Πράγματι, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, η συγκεκριμένη αλυσίδα προμηθευόταν μόνο προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της εν λόγω εταιρίας[580] είχαν υπογραφεί με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία οι ακόλουθες συμβάσεις προμήθειας των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: α) η από […]2001 σύμβαση […] διάρκειας με ημερομηνία έναρξης ισχύος […], β) η από […]2005 σύμβαση με διάρκεια ισχύος […], γ) η από […]2010 σύμβαση με διάρκεια ισχύος […] και δ) η από […]2010 σύμβαση με διάρκεια ισχύος […]. Στο σύνολο των ως άνω συμβάσεων προβλέπεται η υποχρέωση εκ μέρους της εταιρίας της διάθεσης προϊόντων μπίρας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για την κάλυψη του συνόλου των αναγκών των εστιατορίων της εταιρίας, καθώς και αντίστοιχη υποχρέωση εκ μέρους της καθ' ης για συνεχή κάλυψη των αναγκών των καταστημάτων σε προϊόντα μπίρας[581], [582]. Βάσει των ρητών συμβατικών ρητρών και όλων των υπολοίπων συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων, οι περί του αντιθέτου δηλώσεις της Διευθύντριας Προμηθειών της […] στην υπ΄ αριθ. 7423/2014 ένορκη βεβαίωσή της τις οποίες επικαλείται με το υπόμνημά της της 04.03.2014 η ΑΖ δεν μπορεί να γίνουν δεκτές.

507 Περαιτέρω, με βάση τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία πωλήσεων και παροχών που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην Ε.Α., προκύπτει ότι […] το ποσό της διαφημιστικής αμοιβής που χορηγήθηκε εκ μέρους της καθ' ης στη συγκεκριμένη εταιρία αντιπροσωπεύει ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό επί της συνολικής (άμεσης και έμμεσης) μικτής αξίας πωλήσεων φθάνοντας το επίπεδο του […], ενώ εάν στο ποσό της διαφημιστικής αμοιβής προστεθούν και οι ([…]) χορηγηθείσες εκπτώσεις ([…]), το ως άνω ποσοστό φθάνει στο […]%[583].

508 Συνεπώς, η παροχή υπερβαίνει τη μικτή αξία πωλήσεων, γεγονός που καταδεικνύει την κάτω του κόστους τιμολόγηση εκ μέρους της ΑΖ και οδηγεί ομοίως στο συμπέρασμα ότι τα εν λόγω ανταλλάγματα συνιστούν την αντιπαροχή για την αποκλειστικότητα.

---

[580] Οι συμβάσεις μεταξύ της εταιρίας «[…]» και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με ημερομηνίες υπογραφής […] και […] προσκομίσθηκαν από την τελευταία στην Ε.Α. με τις υπ' αριθ. πρωτ. 6649/309.08 και 5648/06.07.12 υποβολές στοιχείων. Η σύμβαση με ημερομηνία υπογραφής […] έχει διάρκεια ισχύος […], ενώ η επόμενη υπογραφείσα κατά την […] έχει ετήσια διάρκεια με ημερομηνία έναρξης ισχύος την […], με βάση όμως τα αναλυτικά στοιχεία πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων), προκύπτει ότι τα καταστήματα […].

[581] Στις από […] και […] συμβάσεις οι οποίες είναι στην αγγλική γλώσσα, στον όρο Β.1 προβλέπεται η υποχρέωση της αντισυμβαλλόμενης «[…]» να διαθέτει προϊόντα της καθ' ης στα καταστήματά της: «[…]». Στις από […] και […] συμβάσεις προβλέπεται στον υπό Β.1 όρο αντίστοιχα: «[…]». Επιπλέον, στο σύνολο των συμβάσεων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμεύεται να καλύπτει σε συνεχή βάση τις ανάγκες των καταστημάτων σε προϊόντα μπίρας. Συγκεκριμένα, στις από […] και […] συμβάσεις ορίζεται: *« […]»*. Στις δε από […] και […] συμβάσεις αντιστοίχως προβλέπεται: *«[…]»*.

[582] […].

[583] Βλ. ανωτέρω Κεφ. 1.1.7 και Πίνακα 7β του Παραρτήματος 1.

509 Αναλυτικότερα, οι υπολογισμοί για την περίοδο των ετών 2005 – 2011 για τα οποία έχουν συλλεχθεί σχετικά στοιχεία περιλαμβάνονται στον Πίνακα 7^{α} που ακολουθεί.

Πίνακας 7^{α}

[…]

510 Συνολικώς, στις ανωτέρω συμβάσεις τα οικονομικά ανταλλάγματα έναντι της διάθεσης των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ από τα καταστήματα […]συνίστανται, ιδίως […].

511 Επομένως, στις συμβάσεις αυτές προβλέπονται ιδιαιτέρως σημαντικού ύψους, εξατομικευμένα, αναδρομικού χαρακτήρα (και δη με μεγάλη περίοδο αναφοράς), οικονομικά ανταλλάγματα για την επιβολή των προεκτεθέντων όρων αποκλειστικότητας, με τα οποία υλοποιείται συμπεριφορά αποκλεισμού της δεσπόζουσας επιχείρησης.

«[………]» και […………]

512 Η εταιρία « […]» εκμεταλλεύεται και παραχωρεί την άδεια εκμετάλλευσης των καταστημάτων με την επωνυμία « […]». Την προμήθεια των εν λόγω καταστημάτων αναλαμβάνει η […]. Σε απάντηση σχετικού ερωτήματος της Ε.Α. αναφορικά με τους συνεργαζόμενους προμηθευτές προϊόντων ζύθου κατά τα έτη 2004 – 2008[584], η τελευταία δηλώνει ότι: […]».

513 Όπως δε προκύπτει από τον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1, η προμήθεια προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εκτιμάται ότι καλύπτει το [95-100]% των αναγκών όλων των καταστημάτων του δικτύου.

514 Σημειώνεται επίσης ότι, όπως προκύπτει από την εξέταση των αναλυτικών στοιχείων πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, στην εταιρία « […]» αντιστοιχεί το 2005 ποσοστό συνολικά χορηγηθείσας παροχής για διαφημιστικές ενέργειες και δωρεάν διάθεση ζύθου επί της μικτής αξίας πωλήσεων ύψους […]%, ενώ εάν στο ως άνω συνολικό ποσό προστεθεί και η αξία της χορηγηθείσας έκπτωσης επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα το εν λόγω ποσοστό διαμορφώνεται στο […]%[585]. Στον Πίνακα 9^{α} παρουσιάζονται οι σχετικοί υπολογισμοί για τα έτη 2005 – 2011 για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία. Τα στοιχεία στα οποία βασίσθηκαν οι ως άνω υπολογισμοί παρατίθενται στον Πίνακα 9^{β} του Παραρτήματος 1[586].

Πίνακας 9^{α}

[…]

[584] Βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ. 3994/18.05.09 και 4114/20.05.09 υποβολές στοιχείων εκ μέρους της εν λόγω εταιρίας.

[585] Σημειώνεται ότι η περίπτωση της συγκεκριμένης εταιρίας είναι […].

[586] Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ’ αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

515 Σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της 08.02.2006 μεταξύ εκπροσώπου της εταιρίας εκμετάλλευσης αλυσίδας καταστημάτων […] και της […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[587], επισυνάπτεται σχέδιο συμφωνητικού προβολής το οποίο οι δύο εταιρίες θα υπέγραφαν με την εταιρία […][588]. Στο εν λόγω σχέδιο συμφωνητικού αναφέρονται τα ακόλουθα: « […]».

516 Επισημαίνεται ωστόσο ότι στο σύνολο των συμβάσεων που προσκόμισε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι οποίες καλύπτουν το εν λόγω διάστημα[589], δεν συμπεριλαμβάνεται το συγκεκριμένο συμφωνητικό.

«[………]»

517 Περαιτέρω, σε μήνυμα ηλεκτρονικής επικοινωνίας της 25.04.2005, με θέμα « […]», αποσταλέν από την […] της καθ' ης και με παραλήπτες στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, υπάρχει παραδοχή της επιβολής αποκλειστικότητας από την καθ' ης που αφορά στα μπαρ των κινηματογραφικών αιθουσών « […]». Συγκεκριμένα σε αυτό αναφέρεται: *«[...]»*[590].

518 Σημειώνεται ότι η καθ' ης είχε συνάψει με την « […]» τα από […]2005 και […]2007 συμφωνητικά (διάρκειας […] και […] αντιστοίχως)[591]. Από αυτά προκύπτει ότι η τελευταία είχε αποκτήσει το αποκλειστικό δικαίωμα σύναψης συμβάσεων διαφήμισης τρίτων εντός και εκτός της κινηματογραφικής οθόνης όλων των κινηματογραφικών αιθουσών τις οποίες εκμεταλλεύεται […][592]. Οι συμβάσεις αφορούσαν στις προωθητικές ενέργειες στις οποίες θα προέβαινε η καθ' ης εντός των πολυκινηματογράφων. Περαιτέρω συμφωνήθηκε ότι εφόσον ζητηθεί στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία από τα κυλικεία των πολυκινηματογράφων θα εφοδιάζει αυτά με προϊόντα της καθ' όλη τη διάρκεια του παρόντος […].

Ξενοδοχεία

519 Σε εσωτερικό έγγραφο - μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, με ημερομηνία 09.02.2004[593] επισυνάπτεται ενημερωτικό σημείωμα για το ποσοστό σημάτων ΑΖ που διακινούν σε σχέση με ανταγωνιστικά σήματα 18 μεγάλες ξενοδοχειακές και άλλες

---

587 Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) από την […] εκ μέρους των καταστημάτων «[…]» με θέμα «[…]». Το μήνυμα εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

588 Η […] εκμεταλλεύεται τους κινηματογράφους […].

589 Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολή στοιχείων.

590 Η εταιρία «[…]» εκμεταλλεύεται […]. Τα σημεία «[…]» που αναφέρονται στο συνημμένο έγγραφο (με την επισήμανση: «[…]») είναι τα: […].

591 Τα εν λόγω συμφωνητικά προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων της καθ' ης.

592 Σύμφωνα με τα οριζόμενα στη σύμβαση, τα εν λόγω δικαίωμα αφορά […].

593 Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας (σύμφωνα με τις υπ' αριθ. πρωτ. 2852/22.05.06 και 2853/22.05.06 εντολές ελέγχου). Το μήνυμα έχει ως αποστολέα […] και αποδέκτη […].

επιχειρήσεις (συγκεκριμένα, καταγράφονται τα προϊόντα ζύθου της ΑΖ και ανταγωνιστών της τα οποία αυτές προμηθεύονται, την αναλογία των πρώτων επί των συνολικών σημάτων που διατίθενται στα συγκεκριμένα ξενοδοχεία –"CURRENT STATUS A.Z."-, καθώς και οι στόχοι της ΑΖ –"TARGET STATUS"- για κάθε επιχείρηση, μαζί με πληροφορίες για τις «εκκρεμότητες / συνάντηση»). Στην αναφορά περιλαμβάνονται τα ξενοδοχεία: « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ […]%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 100%, « […]» με ποσοστό σημάτων 100%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 100%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 100%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 95%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 95%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 100%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 40%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 70%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 95%, « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 30% και « […]» με ποσοστό σημάτων ΑΖ 75%. Με βάση την ανωτέρω εικόνα, εκ των 18 περιλαμβανόμενων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι μισές εμφανίζουν ποσοστά που ισοδυναμούν με αποκλειστική (ποσοστό ίσο με 100%) ή σχεδόν αποκλειστική (ποσοστό ίσο με 95%) διάθεση προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

520 Υπογραμμίζεται ότι στην περίπτωση των ξενοδοχείων « […]» και « […]», στα οποία αντιστοιχεί αναλογία αγορών ύψους 40% και 30% , αντίστοιχα, αναφέρεται ως στόχος (*«target status»*) η επίτευξη ποσοστού της τάξεως του 70%.

521 Ακολούθως παρατίθεται το προαναφερθέν ενημερωτικό σημείωμα που επισυνάφθηκε στην ως άνω ηλεκτρονική επικοινωνία των στελεχών της εταιρίας. Στο εν λόγω έγγραφο περιλαμβάνονται και οι περιπτώσεις των αλυσίδων « […]», «[...]» και « […]» για τις οποίες αναφέρεται αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, κατά τα προεκτεθέντα, όπως άλλωστε επισημαίνεται και στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1.

[…]

522 Στην ενότητα που ακολουθεί παρατίθενται στοιχεία από τη συμβατική σχέση μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και του […], ο οποίος αποτελεί τη μεγαλύτερη αλυσίδα ξενοδοχείων στην Ελλάδα. Αντιστοίχως, σχετικά με τις αιτιάσεις της καταγγελίας, η Μύθος έχει επίσης καταγγείλει περιπτώσεις αλυσίδων / ξενοδοχειακών επιχειρήσεων οι οποίες αρνήθηκαν να διαθέσουν τα προϊόντα της με αιτιολογία την αποκλειστική τους συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. […][594].

523 Στην καταγγελία της η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται και στην αλυσίδα ξενοδοχείων «[…]» με τον οποίο διατηρούσε συνεργασία κατά το διάστημα των ετών […].

524 Αντιστοίχως, σχετικά με τις αιτιάσεις της καταγγελίας, η Μύθος έχει επίσης καταγγείλει περιπτώσεις αλυσίδων / ξενοδοχειακών επιχειρήσεων οι οποίες αρνήθηκαν να διαθέσουν τα προϊόντα της με αιτιολογία την αποκλειστική τους συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Ειδικότερα, στην υπ' αριθ.

---

[594] […]

πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία της η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται σε συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ με την αλυσίδα ξενοδοχείων « […]», με την οποία η ίδια η Μύθος διατηρούσε συνεργασία κατά το διάστημα των ετών […]. Για τον εν λόγω Όμιλο ξενοδοχείων η καταγγέλλουσα επισημαίνει: *«[ό]ταν στις αρχές του έτους (2003) επικοινωνήσαμε μαζί τους για ανανέωση της συνεργασίας, μας ανακοίνωσαν και πάλι ότι έχουν ήδη υπογράψει συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ. Ασφαλώς κατά την πάγια τακτική της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ, χορηγήθηκαν υπέρογκες παροχές».* Όπως μάλιστα αναφέρει η καταγγέλλουσα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέβαλε στη συγκεκριμένη εταιρία *«ποσά άνω των 170.000 Ευρώ καθώς και διάφορες παροχές (όπως διαμονές από ανθρώπους της εταιρείας)».*

525 Συναφώς η Μύθος Ζυθοποιία επισύναψε στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική υποβολή στοιχείων, το προαναφερθέν σημείωμα εσωτερικής επικοινωνίας που υπογράφει ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας […] με ημερομηνία 21.05.2004, στο οποίο αναφέρει για την περίπτωση της «[…]»: *«[μ]ε την πιο πάνω αλυσίδα ξενοδοχείων, συνεργαζόμαστε από το […] έως και το […]. Όταν το 2003, στις αρχές του έτους επικοινωνήσαμε μαζί τους για ανανέωση της συνεργασίας, δεν ήθελαν ούτε να ακούσουν την πρότασή μας, γιατί είχαν ήδη συμφωνήσει για αποκλειστική* ***συνεργασία*** *με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ. Οι παροχές που μας ανέφεραν, οι άνθρωποι της* […], *ήταν πάνω από €170.000 και υπόσχεση για πολλές διανυκτερεύσεις από ανθρώπους της εταιρείας τους αλλά και από επισκέπτες των Ολυμπιακών Αγώνων».*

526 Από την έρευνα της Υπηρεσίας επαληθεύεται πράγματι η επιβολή αποκλειστικότητας, και συγκεκριμένα ότι μεταξύ της καθ' ης και της « […]» συνήφθη η από […]2003 σύμβαση (διάρκειας […]), σε σχέση με τα ξενοδοχεία τα οποία η […] εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται στην Ελλάδα, καθώς και με *«* […]*»,* στην οποία προβλέπεται ότι: *«2.* […]*».* Προκύπτει έτσι ρητά ότι η αντισυμβαλλόμενη υποχρεώνεται να καλύπτει τις ανάγκες της σε προϊόντα μπίρας από τη δεσπόζουσα Αθηναϊκή Ζυθοποιία και ότι αυτή η δέσμευση εκτείνεται […].

527 Μάλιστα, το ίδιο το στέλεχος του τομέα προμηθειών της […] ένορκη βεβαίωσή του που επικαλείται η ΑΖ αναγνωρίζει ότι με βάση τις προκείμενες συμφωνίες που συνήφθησαν με την ΑΖ ιδρύεται για τον Όμιλο και για όλα τα ξενοδοχεία/εταιρίες που ανήκουν σε αυτόν *υποχρέωση* για την κάλυψη όλων των αναγκών και όλης της ζήτησης – κατανάλωσης κάθε ξενοδοχείου του Ομίλου[595].

---

[595] Ειδικότερα, το εν λόγω στέλεχος καταθέτει ενόρκως ότι: *«[...] Στις περιπτώσεις που συνήφθησαν συμβάσεις, η μόνη* υποχρέωση που αναλαμβάνουν τα ξενοδοχεία/εταιρείες, με βάση τις συμβάσεις αυτές, *είναι να προμηθεύονται και διαθέτουν προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ, ανάλογα με τις ανάγκες κάθε ξενοδοχείου, δηλαδή την ζήτηση-κατανάλωση που παρουσιάζει κάθε ξενοδοχείο στα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ, ενώ η κύρια υποχρέωση της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ είναι να μας προμηθεύει με τα προϊόντα της με βάση τις εκάστοτε παραγγελίες με συνεχή ροή, χωρίς προβλήματα ή καθυστερήσεις στις παραδόσεις.* Ουδέποτε οι υπογραφείσες μεταξύ μας συμβάσεις περιέλαβαν όρο περί αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων ζύθου της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ και ούτε προφορικά είχε συζητηθεί ποτέ τέτοιο ενδεχόμενο. *Αντίθετα οι συνεργασία λειτουργούσε με βάση τη ζήτηση, όπως αυτή διαμορφωνόταν κάθε φορά για τα εκάστοτε ξενοδοχεία. Άλλωστε, όταν υπήρχε συμφωνία για αποκλειστική διάθεση -όπως ίσχυε για ορισμένα ξενοδοχεία- αυτή αναφερόταν αποκλειστικά και μόνο σε προϊόντα νερού της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ και αυτή η πρόβλεψη για τα προϊόντα νερού αποτυπωνόταν στην αντίστοιχη σύμβαση ρητά».*
Είναι προφανές ότι στο ουσιαστικό γεγονός του όρου κάλυψης όλων των αναγκών της αντισυμβαλλόμενης με προϊόντα της καθ' ης δεν ασκεί επιρροή η διάστιξη αυτής της ρήτρας από την ρήτρα αποκλειστικότητας όπως την αντιλαμβάνεται το στέλεχος […], και πρέπει να καταστεί σαφές ότι η ρήτρα αποκλειστικότητας δεν διαφοροποιείται από τη ρήτρα

528 Αντίστοιχοι όροι ισχύουν στις επιμέρους συμβάσεις που ήταν σε ισχύ μεταξύ των εταιριών του εν λόγω Ομίλου και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά την περίοδο που αναφέρεται η καταγγελία. Αναλυτικότερα:

529 Στην από […]2002 σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την εταιρία "[…]" που διαχειριζόταν τις ξενοδοχειακές - τουριστικές μονάδες […], προβλέπεται ότι:
«[…][596][…].

530 Προβλέπεται επίσης (άρθρο 6) ότι η αντισυμβαλλόμενη θα παρέχει υπηρεσίες για την προβολή των εν λόγω Προϊόντων στους χώρους και στους πελάτες των "ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ", ενώ αναφέρεται εκ των προτέρων ότι « […][597][…]».

531 Παρομοίως, στην από […]2002 σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την εταιρία «[…]» που διαθέτει ξενοδοχειακές - τουριστικές μονάδες, καθώς και επιχειρήσεις […], προβλέπεται ότι: *«2.* […][[598]][…][599].

532 Αναφορικά δε με το ύψος των συμφωνηθεισών αμοιβών το οποίο επικαλείται η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της, οι διαθέσιμες συμβάσεις με διάρκεια ισχύος το διάστημα […] προέβλεπαν συνολικά την καταβολή ποσού ίσου με €[…][600] για τη διεξαγωγή διαφημιστικών ενεργειών[601].

533 Περαιτέρω, στις συμβάσεις που ακολούθησαν με εταιρίες του Ομίλου περιλαμβάνεται αντίστοιχος όρος διάθεσης των προϊόντων της καθ' ης με την ως άνω από […]2003 σύμβαση με την «[…]». Συγκεκριμένα οι συμβάσεις που συνάφθηκαν με τις εταιρίες […][602],[…][603],[…][604],[…][605] και […][606] με διάρκεια ισχύος […], με την εξαίρεση της τελευταίας εταιρίας για την οποία η αντίστοιχη διάρκεια ήταν για την περίοδο […], προέβλεπαν: *« […]»*[607].

534 Παρομοίως, στις ακόλουθες συμβάσεις με τις ως άνω εταιρίες οι οποίες αφορούσαν στην επόμενη

κάλυψης όλων των αναγκών του αντισυμβαλλομένου με προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης.
596 Τα προϊόντα μπίρας και φυσικού μεταλλικού νερού της καθ' ης.
597 Παρότι […].
598 Ομοίως.
599 Ο ίδιος όρος περιλαμβάνεται και στην από 27.06.2002 σύμβαση ίδιας διάρκειας ισχύος με την εταιρία «[…]» η οποία διαθέτει επιχειρήσεις […]. Οι συμβάσεις με τις εταιρίες […] και[…] προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
600 Η σύμβαση με την εταιρία «[…]» ορίζει για την περίοδο της σύμβασης καταβολή ποσού ίσου με €[…], ενώ η αντίστοιχη αμοιβή στη σύμβαση με την εταιρία «[…]» είναι αξίας €[…] και η από […] σύμβαση με τη «[…]» (διάρκειας […]) ορίζει ποσό ύψους €[…]. Αναφορικά δε με την εταιρία «[…]» σημειώνεται ότι η σύμβαση προέβλεπε την καταβολή αντίστοιχης αμοιβής ύψους €[…] για τη διάρκεια των ετών της σύμβασης.
601 Σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. 5854/24.07.09 υποβολή στοιχείων εκ μέρους του Ομίλου το ποσό που χορηγήθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά το […] *«[…]»* ήταν συνολικά ύψους €[…] (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 4437/01.06.09 και 5230/29.06.09 υποβολές στοιχείων εκ μέρους του Ομίλου). Τα ως άνω ποσά μάλιστα συμπίπτουν με τα συμβατικώς συμφωνηθέντα ως προς τα έτη για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμες συμβάσεις.
602 Εκμετάλλευση ξενοδοχείων […].
603 Εκμετάλλευση ξενοδοχείου […].
604 Εκμετάλλευση ξενοδοχείου […].
605 Εκμετάλλευση ξενοδοχείου […].
606 Εκμετάλλευση ξενοδοχείων […].
607 Οι ως άνω όροι περιλαμβάνονται στο μέρος Γ΄των από […] και […] συμβάσεων με τις εταιρίες […]. Οι συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολής στοιχείων.

διετία καθώς όριζαν διάρκεια ισχύος […]2010 προβλεπόταν ότι: «[…]»[608].

535 Στις δε από […]2011 συμβάσεις που ακολούθησαν με τις […] εκ των ως άνω εταιριών, καθώς και με την εταιρία […][609] οι οποίες όριζαν ετήσια περίοδο ισχύος με ημερομηνία έναρξης την […] και λήξης την […] περιλαμβάνονταν οι σχετικοί όροι: *«2. Με την παρούσα σύμβαση η ΕΤΑΙΡΕΙΑ αναλαμβάνει την υποχρέωση κατά την διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης, να εξασφαλίσει ότι όλα τα Ξενοδοχεία θα προμηθεύονται και θα διαθέτουν τα Προϊόντα Μπύρας της Αθηναϊκής»*.

536 Περαιτέρω, στις από […]2002 και […]2002 συμβάσεις (διάρκειας […]) της καθ' ης με τις εταιρίες […] που διαθέτουν ξενοδοχειακές - τουριστικές μονάδες (η δεύτερη) και επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και θεματικά πάρκα (η πρώτη), προβλέπεται ότι: « […][610][…]». Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν χορήγησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5) ότι η αντισυμβαλλόμενη θα παρέχει υπηρεσίες για την προβολή των εν λόγω Προϊόντων στους χώρους και στους πελάτες των "ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ", […][611][…].

537 Στην από […]2006 σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την εταιρία "[…]" που εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται ξενοδοχεία ([…]), προβλέπεται ομοίως η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα (ζύθο και νερό) της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:
«[…][612][…][613][…].

538 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν χορήγησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:
[…] [614].

539 Συναφώς και στην από […]2009 σύμβαση (διάρκειας […]) με την ίδια εταιρία προβλέπεται αντιστοίχως ότι:

« […]».

540 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα ισχύουν τα προβλεπόμενα στην ανωτέρω από […]2006 σύμβαση.

541 Συναφώς και στην από […]2011 σύμβαση (διάρκειας […]) με την ίδια εταιρία "[…]", προβλέπεται ότι:

« […]».

542 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα ισχύουν τα προβλεπόμενα στις ανωτέρω από […]2006 και από […]2009 συμβάσεις, με εξαίρεση τις επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα παροχές για τα

---

[608] Οι ως άνω όροι περιλαμβάνονται στο μέρος Γ΄ των από […] συμβάσεων με τις εταιρίες […], καθώς και της από […] σύμβασης με την εταιρία […]. Στις ανωτέρω συμβάσεις προβλέπεται: […]ο όρος Γ.2 διαφοροποιείται ελαφρώς και συγκεκριμένα […]. Οι συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολής στοιχείων.
[609] Εκμετάλλευση ξενοδοχείου […].
[610] […].
[611] […].
[612] […].
[613] […].
[614] […].

Προϊόντα Μπίρας οι οποίες αυξήθηκαν κατά 1% εκάστη, οπότε ανέρχονται στο ποσοστό […].

543 Στις από […]2006 και […]2008[615] συμβάσεις (διάρκειας […] και […] αντιστοίχως) της καθ' ης με την εταιρία « […]» που εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται ξενοδοχεία ([…]), προβλέπεται ομοίως η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:

[…][616][…][617].

544 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:

«5. Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να παρέχει προς την ΕΤΑΙΡΕΙΑ τις ακόλουθες εκπτώσεις:

[…]».

545 […].

Συναφώς και στην από […] σύμβαση (διάρκειας […]) με την ίδια εταιρία, προβλέπεται ότι:
[…].

546 […].

547 Στις από […]2006 και […]2009 συμβάσεις (διάρκειας […] και […]) της καθ' ης με την εταιρία "[…]" που εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται ξενοδοχεία ([…]), προβλέπεται ομοίως η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:
[…][618][…][619][…].

548 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:
[…].

549 […].

550 Συναφώς και στην από […] σύμβαση (διάρκειας […]) με την ίδια εταιρία, προβλέπεται ότι: […].

551 […].

552 Επίσης, στην από […] σύμβαση (διάρκειας […]) με την εταιρία […] προβλέπεται ότι: […].

553 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι: […].

554 […].

555 Στις από […]2006 και […]2009 συμβάσεις (διάρκειας […] και […] αντιστοίχως) της καθ' ης με την

---

[615] […].
[616] […].
[617] […].
[618] […].
[619] […].

εταιρία « […]» που εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται ξενοδοχεία ([…] και […]), προβλέπεται ομοίως η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:

[…][620][…][621][…].

556 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:

«*5. Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να παρέχει προς την ΕΤΑΙΡΕΙΑ τις ακόλουθες εκπτώσεις:*

[…]».

557 […].

558 Συναφώς και στην από […]2011 σύμβαση (διάρκειας […]) με την ίδια εταιρία, προβλέπεται ότι: […].

559 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα ισχύουν γενικώς τα προβλεπόμενα στις ανωτέρω από […]2006 και […]2009 συμβάσεις, με εξαίρεση (α) τις επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα παροχές για τα Προϊόντα Μπύρας οι οποίες αυξήθηκαν κατά 1% εκάστη, οπότε ανέρχονται στο ποσοστό […] και (β) τις υπηρεσίες σηματοποίησης κ.λπ. για τις οποίες θα καταβληθεί ετησίως το ποσό των […].

560 Και στις από […]2007 και […]2009 συμβάσεις (διάρκειας […]) της καθ' ης με την εταιρία « […]» που εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται ξενοδοχεία, προβλέπεται ομοίως η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:

[…][622][…][623][…].

561 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:

«*5. Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να παρέχει προς την ΕΤΑΙΡΕΙΑ τις ακόλουθες εκπτώσεις:*

[...]».

562 Προβλέπεται επίσης (άρθρο 6) ότι η […].

563 Αντιστοίχως με τα ανωτέρω, στην από […]2003 σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την […], σε σχέση με όλα τα ξενοδοχεία τα οποία εκμεταλλεύεται ή/και διαχειρίζεται στην Ελλάδα, προβλέπεται η πάγια, κατά τα ανωτέρω, ρήτρα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας:

[…][624][…][625][…].

564 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 4) ότι:

---

620 […].
621 […].
622 […].
623 […].
624 […].
625 […].

«4. Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ θα δικαιούται των παρακάτω εκπτώσεων επί των εκάστοτε ισχυουσών τιμών τιμοκαταλόγου της Αθηναϊκής.
[…]».

565 Σε σχέση με την εφαρμογή των ως άνω όρων, η αποκλειστική διάθεση των σημάτων της καθ’ ης από τις εταιρίες του Ομίλου που αναφέρει η καταγγέλλουσα εφαρμόζεται στην πράξη, καθότι η εν λόγω αλυσίδα ξενοδοχείων δήλωσε σχεδόν αποκλειστική προμήθεια προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (σε ποσοστό ανώτερο του 98%) για την περίοδο των ετών 2005 – 2008 (τα δηλωθέντα ποσοστά περιλαμβάνονται στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1[626]).

566 […][627].

567 Το επίπεδο των χορηγηθεισών παροχών στο πλαίσιο της συνεργασίας με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις του εν λόγω Ομίλου, παρατίθεται στον Πίνακα 10^{α} (ποσοστιαία αναλογίας παροχών επί του πραγματοποιηθέντος μεγέθους πωλήσεων). Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα, […], οι χορηγηθείσες εκπτώσεις και διαφημιστικές αμοιβές […] του […]% και […]% επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων ([…]), αντίστοιχα.

Πίνακας 10^{α}

[…]

568 Τα οικονομικά μεγέθη στα οποία βασίσθηκαν οι ως άνω υπολογισμοί παρατίθενται στον Πίνακα 10^{β} του Παραρτήματος 1[628].

Άλλες ξενοδοχειακές αλυσίδες

569 Στην από […]2005 σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ’ ης με την εταιρία "[…]" που εκμεταλλεύεται τα ξενοδοχεία […], […] και […], προβλέπεται ομοίως αποκλειστικότητα και δη η κάλυψη των αναγκών όλων των σημείων πώλησης των ξενοδοχείων με προϊόντα της δεσπόζουσας προμηθεύτριας αλλά επίσης προβλέπεται ότι τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας θα εξοπλίζουν και τα mini bars των ξενοδοχείων, και θα διατίθενται στις δεξιώσεις που αναλαμβάνουν τα ξενοδοχεία που διαχειρίζεται η αντισυμβαλλόμενη:
[…][629][…].

---

[626] Επισημαίνεται ότι οι υποβολές των σχετικών στοιχείων αγορών προϊόντων ζύθου εκ μέρους του Ομίλου (βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ, 5854/24.07.09, 4437/01.06.09 και 5230/29.06.09 υποβολές στοιχείων) αναφέρονται στις ανωτέρω εταιρίες […]. Ως εκ τούτου το ποσοστό της αναλογίας αγορών σε προϊόντα ζύθου της καθ’ ης εξήχθη με βάση τις συνολικές αγορές των ως άνω εταιριών.

[627] […].

[628] Τα οικονομικά μεγέθη άμεσων και έμμεσων πωλήσεων, χορηγηθεισών (άμεσων και έμμεσων) εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ’ αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[629] […].

4. […].

570 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:

«*5. Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να παρέχει προς την ΕΤΑΙΡΕΙΑ τις ακόλουθες εκπτώσεις:*

[…].».

571 Προβλέπεται επίσης ([…].

572 Αντιστοίχως, για την επόμενη περίοδο μεταξύ των ίδιων ως άνω επιχειρήσεων και για τα ίδια ξενοδοχεία, και συγκεκριμένα στην από […] σύμβαση (διάρκειας […]) της καθ' ης με την εταιρία "[…]" για τα ξενοδοχεία […] και […], προβλέπεται ομοίως ότι:

[…].

573 Ως προς τα οικονομικά ανταλλάγματα, πέραν της δωρεάν τοποθέτησης και συντήρησης μηχανισμών διάθεσης μπίρας βαρελιού, προβλέπεται στη σύμβαση (άρθρο 5 επ.) ότι:

«*5. Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ αναλαμβάνει να παρέχει προς την ΕΤΑΙΡΕΙΑ τις ακόλουθες εκπτώσεις:*

[…]».

574 Προβλέπεται επίσης […].

575 Στη σύμβαση της καθ' ης με την […]2003 (διάρκειας […]), προβλέπεται ότι:

«[…] Η δε Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. να προμηθεύει ανελλιπώς το Ξενοδοχείο με τα προϊόντα και επιπροσθέτως να καταβάλλει στο Ξενοδοχείο το ποσό των […]

Το ποσόν αυτό θα καταβληθεί στο ξενοδοχείο με τιμολόγια που αφορούν έντυπο υλικό ή χορηγία μουσικών εκδηλώσεων τα οποία θα εκδοθούν στο όνομα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας».

576 Στην περίπτωση αυτή ομολογείται και μέσα στο ίδιο το κείμενο της σύμβασης ότι το αντάλλαγμα που παρέχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αφορά την αποκλειστικότητα στα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ωστόσο στα επίσημα παραστατικά θα είναι κεκαλυμμένο, ήτοι προβλέπεται να καταβάλλεται με τιμολόγια που αφορούν ως προωθητικές ενέργειες (έντυπο υλικό ή χορηγία μουσικών εκδηλώσεων) στα τιμολόγια της καθ' ης[630].

---

[630] Περαιτέρω, και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης έχει παραθέσει (σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα ΖΜΘ) τις ακόλουθες αναφορές που έχει δεχθεί από εκπροσώπους ξενοδοχειακών επιχειρήσεων: *«[τ]α ξενοδοχεία* […] *στην* […] *αναφέρανε το 2011 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε στην αλυσίδα ξενοδοχείων αναδρομική έκπτωση πιστότητας η οποία υπολογίσθηκε βάσει του όγκου των αγορών της κατά το προηγούμενο έτος και ότι αυτή ήταν η κοινή πολιτική με όλα τα Τελικά Σημεία Πώλησης. Ανέφερε επίσης ότι το 2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε συνεχώς οφέλη σε ιδιοκτήτες μεγάλων ξενοδοχείων και σε δημοφιλή bar, καφετέριες και club τα οποία ήταν δύσκολο να τα αρνηθεί κανείς, ώστε να εμποδίσει άλλους παραγωγούς από το να εισέλθουν σε αυτά τα Τελικά Σημεία Πώλησης»* και

«ο […] το ξενοδοχείο […] μας ανέφερε το Μάιο του 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποφεύγει τις έγγραφες συμφωνίες σχετικά με τους εμπορικούς όρους που προσέφερε, αλλά συνεχίζει να προσφέρει επιστροφές χρημάτων μέσω πιστωτικών σημειωμάτων με την επίτευξη στόχων πωλήσεων».

Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει επίσης ότι: «ενώ επέμενε ότι η ΑΖ πιέζει τους εμπόρους και τα τελικά σημεία πώλησης να συμμορφώνονται με την απειλή περιορισμού ή κατάργησης της όποιας περιόδου πίστωσης τους

577 Τέλος, πέραν του πλήθους των ανωτέρων περιπτώσεων key accounts, επισημαίνεται ότι όπως προκύπτει από εσωτερικά έγγραφά της, η ίδια η καθ' ης παρακολουθεί και καταγράφει τις αποκλειστικότητες[631] στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις: […].

578 Περαιτέρω, εκ της όμοιας δομής των όρων αποκλειστικότητας στις συμβάσεις με τα key accounts προκύπτει ότι η ΑΖ, που συμβάλλεται με τις διαφορετικές αλυσίδες, είναι αυτή που διαμορφώνει τους επίμαχους όρους, πέραν του ότι δεν αμφισβητείται, λόγω και της φύσεως, του στόχου και του χαρακτήρα των όρων (και δη του χαρακτήρα της ρήτρας αποκλειστικότητας ως υποχρέωσης του αντισυμβαλλόμενου), ότι η πρωτοβουλία των περιοριστικών για τον ανταγωνισμό πρακτικών ανήκε στην ΑΖ, η οποία έχει και μεγαλύτερη οικονομική ισχύ και διαθέτει τα προεκτεθέντα μέσα πίεσης για να εξασφαλίσει την τήρηση – εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων της – των πρακτικών αυτών.

Σημασία των key accounts ως διαύλου διανομής και συνολικές παρατηρήσεις για τα key accounts

579 Βάσει των στοιχείων του φακέλου, οι συμφωνίες αποκλειστικότητας περιλαμβάνουν τις σημαντικότερες και πιο προβεβλημένες αλυσίδες ('key accounts'), με πολύ μεγάλο αθροιστικό μερίδιο σε επίπεδο αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης[632] που ανέρχεται[633] το 2007, ενδεικτικά, σε ποσοστό [75-85]% περίπου επί των καταστημάτων γρήγορης εξυπηρέτησης σε εθνικό επίπεδο[634], ενώ οι αντισυμβαλλόμενες ως άνω επιχειρήσεις ηγούνται των επιμέρους κλάδων της κατηγορίας καταστημάτων γρήγορης εξυπηρέτησης[635].

580 Αναφορικά με την αποκλειστική διάθεση σημάτων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από πελάτες της εταιρίας που ανήκουν στην κατηγορία των Key Accounts, ενδεικτικά παρατίθεται ο Πίνακας 1 του Παραρτήματος 1 ο οποίος παρουσιάζει για 16 επιχειρήσεις[636] στοιχεία επί της ποσοστιαίας αναλογίας σε αγορές προϊόντων ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας σε σχέση με τη συνολική αξία αγορών σε μπίρα αναφορικά με την περίοδο τω0ν ετών 2004 – 2008 (για κάποιες επιχειρήσεις, σχετικά στοιχεία παρατίθενται και για τα επόμενα έτη έως και το α' εξάμηνο του 2013)[637, 638]. Όπως προκύπτει από την

χορηγεί προφορικά. Η ΑΖ επιχειρεί επίσης να δεσμεύσει αυτό το Τελικό Σημείο Πώλησης οργανώνοντας συνέδρια στο ξενοδοχείο».

[631] Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) της 09.02.2004 που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το μήνυμα έχει ως αποστολέα […] και αποδέκτη […].

[632] Βλ. ανωτέρω. […].

[633] Μελέτη της ICAP με αντικείμενο «Αλυσίδες Εστιατορίων Γρήγορης Εξυπηρέτησης», Φεβρουάριος 2008.

[634] Ποσοστό το οποίο δεν αναμένεται να έχει έκτοτε μεταβληθεί σημαντικά, δεδομένης της σταθερής εικόνας των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων.

[635] Σημειωτέον ότι σύμφωνα με την ίδια μελέτη, οι επιχειρήσεις αυτές ηγούνται των επιμέρους κλάδων της κατηγορίας καταστημάτων γρήγορης εξυπηρέτησης. Αναλυτικότερα, […].

[636] Περιλαμβάνονται σημαντικοί, σε όρους αξίας αγορών, πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε κάθε έναν από τους τομείς μαζικής εστίασης, ξενοδοχείων και τροφοδοσίας, και ειδικότερα σε αυτούς στους οποίους η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πραγματοποιούσε σημαντική αξία πωλήσεων και χορηγούσε συγκριτικά υψηλές ή χαμηλές παροχές και εκπτώσεις (ως ποσοστά επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων που πραγματοποίησε η εν λόγω εταιρία ζύθου).

[637] Τα στοιχεία του πίνακα βασίζονται σε απαντήσεις που έδωσαν οι εν λόγω επιχειρήσεις σε υποβληθέν ερωτηματολόγιο της Ε.Α. κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2009 και το τρίτο τρίμηνο του 2013 (βλ. σχετικά το κεφάλαιο «Έρευνα της Υπηρεσίας»).

[638] Σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν εκ μέρους των εταιριών […], τα στοιχεία προμήθειας προϊόντων ζύθου αφορούν στα εταιρικά καταστήματα και όχι σε καταστήματα που λειτουργούν υπό το σχήμα της δικαιόχρησης (franchise). Παρομοίως, στην περίπτωση της εταιρίας […] περιλαμβάνονται μόνο στοιχεία για τα εταιρικά καταστήματα

εξέταση των στοιχείων του πίνακα, το σύνολο των ερωτηθεισών επιχειρήσεων, με την εξαίρεση μίας[639], προμηθεύονται αποκλειστικά ή σε κάθε περίπτωση σε ποσοστό σημαντικά μεγαλύτερο του 80% εμπορικά σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για την πλειονότητα των ετών της έρευνας. Σε δεκατρείς, μάλιστα, εξ αυτών[640], το ποσοστό διάθεσης προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας φθάνει το 100%. Με βάση τα ανωτέρω εκτεθέντα, η πολλαπλή επιβολή όρων και υποχρεώσεων αποκλειστικότητας από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση συνιστά πολύ σοβαρή μορφή κατάχρησης. Αυτές οι υποχρεώσεις αποκλειστικότητας, λόγω του ότι απαιτούν από τους πελάτες την αγορά του συνόλου ή του πιο σημαντικού μέρους της ζήτησής τους (των αναγκών τους) από το δεσπόζοντα προμηθευτή, είναι ικανές εκ φύσεως να οδηγήσουν σε αποκλεισμό, ενώ είναι ο ίδιος ο σκοπός αυτών των συμφωνιών να αποκλείσουν τους ανταγωνιστές από τα αντίστοιχα τμήματα της αγοράς[641].

581 Οι συμφωνίες συνοδεύονται κατά κανόνα από σημαντικές οικονομικές παροχές με τη μορφή ποικίλων τύπων εκπτώσεων έναντι της διάθεσης των προϊόντων της καθ' ης σε βαθμό που να καλύπτονται πλήρως οι ανάγκες του εκάστοτε αντισυμβαλλόμενου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[642].

582 Οι αποκλειστικότητες αλλά και η σχέση προμήθειας προϊόντων της καθ' ης και προϊόντων ανταγωνιστών παρακολουθούνται στενά από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. […][643][…][644]. Άλλωστε, αποκλειστικότητες της καθ' ης για τα προϊόντα ζύθου στα "Key Accounts" επιβεβαιώνονται και παρακολουθούνται στο προεκτεθέν εσωτερικό σημείωμα[645] της καθ' ης της 09.02.2004, στο οποίο καταγράφονται αλυσίδες που έχουν αποκλειστικότητα (καταγράφονται επίσης συγκεκριμένοι στόχοι αύξησης πωλήσεων) ως ακολούθως: [...].. Στο σημείωμα αυτό που εμπεριέχει περαιτέρω έγγραφη απόδειξη για τη σύναψη συμφωνιών αποκλειστικότητας, εκτός από την παρακολούθηση της αποκλειστικότητας, αναφέρεται και παρακολουθείται στενά η τρέχουσα κατάσταση της καθ' ης

λόγω επικληθείσας αδυναμίας συλλογής των εν λόγω στοιχείων.

639 Πρόκειται για την εταιρία […].

640 Συμπεριλαμβανομένης και της περίπτωσης των καταστημάτων […], όπου με βάση τις παρεχόμενες διευκρινίσεις η αναλογία αγορών εκτιμάται πολύ κοντά στο ύψος του [95-100]%. Στην περίπτωση δε των καταστημάτων «[…]» το εν λόγω ποσοστό είναι ίσο με [95-100]%. Επιπλέον, στην περίπτωση των καταστημάτων *[…])»* (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 4114/20.05.09 και 3994/18.05.09 υποβολές στοιχείων).

641 Βλ. χαρακτηριστικά ως προς τον αποκλεισμό δήλωση του […], στο πλαίσιο ερωτηματολογίου που του υπεβλήθη από την Ε.Α. […] το 2012: *«[ο]ι αλυσίδες* […] *για παράδειγμα, έχουν συμφωνίες αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και δεν μπορούμε να ξεκινήσουμε συνεργασία. Παρόμοια, ο όμιλος Σταθοκωστόπουλου συνάπτει συμφωνίες αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και με τη Μύθος Ζυθοποιία, εναλλάξ. Οι συμφωνίες είναι ετήσιες και η επιλογή εξαρτάται από τις παροχές. Εμείς έχουμε κάνει πρόταση στον εν λόγω Όμιλο αλλά δεν έχει γίνει δεκτή μέχρι στιγμής. Επίσης συμφωνίες αποκλειστικότητας έχουν και τα καταστήματα – αλυσίδες* […] *με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Προσφορές σε κάποιες από τις εν λόγω εταιρίες εμείς έχουμε κάνει […] στην αγορά αλλά δεν έχουν γίνει δεκτές. Οι αποκλειστικότητες συνδέονται από μεγάλες παροχές»*.

642 Σε συμφωνίες αποκλειστικότητας ανάγονται, σύμφωνα και με τη νομολογία (βλ. υπόθεση Tomra, προπαρατεθείσα), εκπτώσεις που χορηγούνται για ποσότητες που αντιστοιχούν στο σύνολο ή σχεδόν στο σύνολο της ζήτησης, δεδομένου ότι αυτές έχουν το ίδιο αποτέλεσμα με τις ρητές ρήτρες αποκλειστικότητας, δηλαδή εξαναγκάζουν τον αγοραστή να καλύπτει το σύνολο ή σχεδόν το σύνολο των αναγκών του από προμηθευτή με δεσπόζουσα θέση.

643 […].

644 Βλ. και απόφαση Ευρ. Επιτροπής COMP/C-3/37.990 Intel της 13.5.2009, ιδίως παρ. 995.

645 Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 24/5/2006 στα γραφεία της εταιρίας (σύμφωνα με τις υπ' αριθ. πρωτ. 2852/22.5.06 και 2853/22.5.06 εντολές ελέγχου). […].

(ποσοστό διατιθέμενων προϊόντων), παρακολουθείται η λήξη των συμβολαίων, παρακολουθείται στη στήλη "Α" ο ανταγωνισμός και συγκεκριμένα ποια ανταγωνιστικά σήματα διατίθενται στον εκάστοτε πελάτη, και εντοπίζονται οι στόχοι επαύξησης των μεριδίων και εκδίωξης των ανταγωνιστών / επίτευξης αποκλειστικότητας, με επισήμανση συγκεκριμένων στόχων («*target status*») και με κατάστρωση συγκεκριμένου πλάνου ενεργειών και σχεδίαση των εκκρεμοτήτων – των συναντήσεων (στις οποίες προφανώς λαμβάνουν χώρα οι προσφορές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας) προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος αυτός[646].

583 Όπως έχει ήδη αναλυθεί, ότι η εκ μέρους μιας επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά δέσμευση των αγοραστών, έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους, με την υποχρέωση ή υπόσχεση από μέρους τους κάλυψης του συνόλου ή σημαντικού τμήματος των αναγκών τους αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση αποτελεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια του άρθρου 102 της Συνθήκης και της αντίστοιχης εθνικής διάταξης, είτε η υποχρέωση αυτή συμφωνήθηκε χωρίς αντάλλαγμα είτε αναλαμβάνεται με αντάλλαγμα τη χορήγηση εκπτώσεως[647].

584 Κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, ενόψει όλων των ανωτέρω αποδεικνύεται ότι η καταγγελλόμενη έχει συνάψει συμφωνίες με όρους αποκλειστικότητας ή ισοδύναμων συμβατικών όρων, συχνά δε με παροχή σημαντικού οικονομικού κινήτρου έναντι αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της, με μεγάλο αριθμό τέτοιων πελατών, μεταξύ των οποίων κάποιοι από τους πλέον επώνυμους στο είδος τους, διαμορφώνει δε την εμπορική της πολιτική με γνώμονα την αποτροπή της εισόδου των ανταγωνιστών της στο εν λόγω κανάλι διάθεσης. Λαμβανομένων υπόψη των προεκτεθέντων, οι όροι αυτοί στις συμφωνίες της καθ’ ης με τους εν λόγω πελάτες και δίκτυα καταστημάτων (τουλάχιστον για την περίοδο από το 1999 εφεξής) αντίκεινται, παρομοίως, στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Στοιχειοθετείται, συνεπώς βάσει όλων των ανωτέρω, καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης συνιστάμενη ιδίως σε επιβολή αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ’ ης, η οποία αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρή πρακτική αποκλεισμού και εισάγει μόνιμα εμπόδια εισόδου / ανάπτυξης για τους ανταγωνιστές.

---

646 […].

647 Παρ. 281 επ. απόφασης της Ευρ. Επιτροπής της 29.03.2006 στην υπόθεση COMP/E-1/38.113 – Prokent-Tomra. Βλ. επίσης ενδεικτικά προεκτεθείσες αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σ. 461, σκ. 89, ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σ. I-3359, σκ. 149, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 68, και ΠΕΚ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 160, καθώς και ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty). Αυτό ισχύει τόσο σε περιπτώσεις κατά τις οποίες ο πελάτης παραχωρεί στη δεσπόζουσα επιχείρηση την πλήρη αποκλειστικότητα εφοδιασμού του όσο και όταν αναλαμβάνει να καλύπτει ένα ορισμένο ποσοστό των αναγκών του από τη δεσπόζουσα εταιρία. Βλ. απόφαση ΔΕΚ στην υπόθ. 85/76, Hoffmann-LaRoche, Συλλ. 1979-461, σκ. 91. Βλ. επίσης απόφαση ΔΕΚ στην υπόθ. C- 62/86, AKZO, Συλλ. 1991 I-3359, σκ. 69, απόφαση ΠΕΚ στην υπόθ. T-228/97, Irish Sugar, Συλλ. 1999 II- 2969, σκ. 111, απόφαση ΔΕΚ στην υπόθεση 322/81, Nederlandsche Banden Industrie Michelin (Michelin I), Συλλ. 1983 -3461, απόφαση ΠΕΚ στην υπόθ. T-65/89, BPB Industries Plc and British Gypsum LTD, Συλλ. 1993 II-389.

2. ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΠΑΡΟΧΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΘ' ΗΣ ΣΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ («KEY ACCOUNTS»)

585 Πέραν των βασικών εκπτώσεων επί τιμολογίου, των εφάπαξ καταβολών με την έκδοση πιστωτικών σημειώματων και τιμολογίων παροχής υπηρεσιών (προκαταβολικά ή απολογιστικά) και των διάφορων παροχών σε είδος, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παρέχει οικονομικά ανταλλάγματα στους πελάτες με τους οποίους συμβάλλεται, επί τη βάσει των συνολικών αγορών των τελευταίων (συχνά σε εξαμηνιαία ή ετήσια βάση). Οι σχετικές πρακτικές της καθ' ης μπορούν να κατηγοριοποιηθούν ως εξής:

α) Αμοιβή που υπολογίζεται ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών και προκαταβάλλεται στην αρχή της περιόδου στην οποία αφορά, βάσει προβλεπόμενης αξίας αγορών, η οποία, όπως αναλυτικά αναφέρεται ακολούθως, κατά κανόνα προσεγγίζει ή υπερβαίνει το ύψος των αγορών της προηγούμενης περιόδου. Οι παροχές αυτές δίνονται ως αντάλλαγμα συνήθως για την τήρηση των όρων της σύμβασης (μεταξύ των οποίων την αποκλειστική προμήθεια των προϊόντων της καθ' ης για κάλυψη των αναγκών της αντισυμβαλλόμενης αλυσίδας), την απορρόφηση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ή/και τη διενέργεια προωθητικών/διαφημιστικών ενεργειών.

β) Αμοιβή που υπολογίζεται ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών έναντι προωθητικών/διαφημιστικών ενεργειών.

γ) Αναδρομική, συνδεόμενη με τις αγορές του πελάτη παροχή – επιπλέον έκπτωση με πιστωτικό σημείωμα - που υπολογίζεται ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών, χωρίς ειδικότερη αιτιολογία.

2.α. Προκαταβολική χορήγηση αμοιβών ως ποσοστό επί της προβλεπόμενης αξίας αγορών του πελάτη

586 Στο σύνολο των διαθέσιμων συμβάσεων που αφορούν στα καταστήματα «[…]» και «[…]», στις […] συμβάσεις με τις αλυσίδες καταστημάτων «[…]», «[…]» που υπογράφηκαν κατά το 2004, καθώς και στις συμβάσεις με την εταιρία «[…]» που υπογράφηκαν κατά το 2004 ([…]) και το 2009 ([…]) ορίζεται περαιτέρω αμοιβή (επιπλέον των άλλων εκπτώσεων) που ανάγεται στην τήρηση των όρων της σύμβασης, την απορρόφηση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και στη διενέργεια προωθητικών / διαφημιστικών ενεργειών, η οποία υπολογίζεται ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών. Στις συγκεκριμένες συμβάσεις, μάλιστα, ορίζεται άμεση προκαταβολή της συμφωνηθείσας αμοιβής βάσει προβλεπόμενης αξίας αγορών, η οποία όπως αναλυτικά αναφέρεται ακολούθως, είναι συνήθως πολύ μεγαλύτερη από το αντίστοιχο μέγεθος των αγορών που πραγματοποίησε η αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση κατά την προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο αναφοράς[648]. Στον Πίνακα 12 του Παραρτήματος 1 αναφέρονται οι σχετικές περιπτώσεις που εντοπίστηκαν[649].

---

[648] Μάλιστα υπερβαίνουν τόσο την αξία των αγορών κατά το προηγούμενο από τη συμφωνία έτος όσο και την αξία των αγορών της περιόδου για την οποία παρέχεται το αντάλλαγμα.

[649] Οι συμβάσεις που περιλαμβάνονται προσκομίστηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο των υπ' αριθ. πρωτ.

587 Το σύνολο των αντισυμβαλλόμενων επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται στον Πίνακα 12 (στις συμβάσεις στις οποίες α. η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμφωνεί τη χορήγηση περαιτέρω αμοιβών υπολογιζόμενων ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών, β. περιλαμβάνεται πρόβλεψη του άνω μεγέθους και γ. ορίζεται η χορήγηση της αντίστοιχης προκαταβολής), διαθέτουν στα καταστήματά τους αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τονίζεται δε ότι στις επιχειρήσεις του Πίνακα 12, με τις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει συνάψει παρόμοιες συμφωνίες, αντιστοιχούσε, το 2007, μερίδιο ανώτερο του [45-55]% επί της αγοράς αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης σύμφωνα με τα αποτελέσματα μελέτης της ICAP[650]. Σύμφωνα με τους εν λόγω όρους των εμπορικών συμφωνιών αναλύονται στην παρούσα ενότητα, η ως άνω αμοιβή του αντισυμβαλλόμενου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αφενός δεν καθορίζεται στη βάση μίας συγκεκριμένης υπηρεσίας, με βάση το κόστος, αφετέρου εξαρτάται από το μέγεθος των αγορών της συγκεκριμένης, εκάστοτε, επιχείρησης εφόσον υπολογίζεται ως ποσοστό επί του συγκεκριμένου μεγέθους και τείνει στην υπερκάλυψη των συνολικών αναγκών της επιχείρησης αυτής σε προϊόντα ζύθου. Μάλιστα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προκαταβάλλει την αμοιβή που αντιστοιχεί στο συνολικό διάστημα της συμφωνίας, η οποία έχει κατά κανόνα μεγαλύτερη από ετήσια διάρκεια, βασιζόμενη σε μία προβλεπόμενη αξία αγορών. Η επιλογή του συγκεκριμένου τρόπου υπολογισμού της αμοιβής και η προκαταβολική χορήγησή της δεσμεύει τον πελάτη για την επίτευξη της προβλεπόμενης αξίας πωλήσεων προκειμένου να μην χρειαστεί να επιστρέψει κάποιο ποσό στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία[651, 652]. Συνεπώς, βάσει των ανωτέρω, εκπτωτικά συστήματα με τα εν λόγω χαρακτηριστικά που επιβραβεύουν τον αντισυμβαλλόμενο για την επίτευξη του στόχου της προβλεπόμενης αξίας αγορών η οποία προσεγγίζει / υπερβαίνει το σύνολο των αγορών της περιόδου αναφοράς και άρα αναφέρεται στο σύνολο των αναγκών του αντισυμβαλλομένου, συνιστούν βάσει των ανωτέρω εκπτώσεις αποκλειστικότητας που τείνουν στη διατήρηση ή την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της καθ’ ης και απαγορεύονται.

588 Ο δεσμευτικός χαρακτήρας των αντίστοιχων ρητρών, ο οποίος, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, απορρέει ιδίως από την επιδίωξη αποφυγής του ενδεχομένου επιστροφής χρηματικού ποσού εκ μέρους του αντισυμβαλλόμενου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, εντείνεται περαιτέρω εάν ληφθεί υπόψη το υψηλό μέγεθος της πρόβλεψης. Οι εμπορικές συμφωνίες που περιλαμβάνουν τους ως άνω όρους λειτουργούν ως περαιτέρω πίεση, επιπλέον της αποκλειστικότητας καθ' εαυτής (και πέραν του ότι συνιστούν μέρος του ανταλλάγματος για αυτήν), για περαιτέρω επέκταση του κύκλου εργασιών του αντισυμβαλλόμενου σε προϊόντα της καθ’ ης και ως μέσο συμμόρφωσης / παρακολούθησης της εφαρμογής των ρητρών

3172/07.11.01, 6649/30.09.08 και 5648/06.07.12 υποβολών στοιχείων. […].

[650] […].

[651] Επιπρόσθετα, ο προκαταβολικός χαρακτήρας της καταβολής του ποσού, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και ως μία μορφή άτοκης χρηματοδότησης από την πλευρά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Το συγκεκριμένο όμως θέμα έχει εκτεθεί στο κεφάλαιο ανάλυσης της πιστωτικής πολιτικής.

[652] Όπως αναλύεται στην παρούσα ενότητα, στην περίπτωση της σύμβασης που αφορά στα καταστήματα […], σε περίπτωση μη επίτευξης της προβλεπόμενης αξίας αγορών, η εταιρία υποχρεούται να επιστρέψει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία μεγαλύτερο ποσό, καθότι το ποσοστό με βάση το οποίο υπολογίζεται το ποσο της επιστροφής είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο με βάση το οποίο συμφωνήθηκε η προκαταβληθείσα αμοιβή. […]. Στην περίπτωση των αλυσίδων […]συμφωνείται η παράταση της σύμβασης σε περίπτωση που η επιχείρηση δεν έχει καταφέρει να επιτύχει την προβλεπόμενη αξία αγορών.

αποκλειστικότητας. Ως προς τον προκαταβολικό χαρακτήρα της χορήγησης των παροχών, αυτός, υπό τις ανωτέρω συνθήκες, λειτουργεί ως περαιτέρω μέσο πίεσης και ενισχύει τον χαρακτήρα των αμοιβών αυτών ως εκπτώσεων πίστης.

589 Στον Πίνακα 11 του Παραρτήματος 1 παρουσιάζονται οι όροι που περιλαμβάνονται σε συμβάσεις με αλυσίδες καταστημάτων ταχείας εστίασης και εστιατορίων και αφορούν σε προκαταβληθείσες αμοιβές που αναφέρεται ότι αφορούν κυρίως σε διαφημιστικές ενέργειες. Από τα στοιχεία του πίνακα γίνεται φανερό ότι σε κάποιες περιπτώσεις αποκλειστικής συνεργασίας[653], π.χ. στις έγγραφες συμφωνίες με […][654],[…][655],[…][656][…] […][657], […], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προκαταβάλλει την αμοιβή που αφορά στο σύνολο των ετών της σύμβασης με την υπογραφή της τελευταίας, χωρίς δηλαδή να έχει ακόμα παρασχεθεί εκ μέρους του πελάτη η υπηρεσία για την οποία υποτίθεται ότι καταβάλλεται η αμοιβή.

590 Στις υπόλοιπες περιπτώσεις που παρατίθενται στον Πίνακα, ορίζεται η επιμερισμένη κατ' έτος συνολική συμφωνηθείσα αμοιβή, η οποία, κατά κανόνα, είτε τιμολογείται στις αρχές του έτους, με την πρώτη δόση μάλιστα να χορηγείται λίγο μετά την ημερομηνία υπογραφής της έγγραφης συμφωνίας είτε χορηγείται *«με την υπογραφή της σύμβασης»*. Σε όλες τις ανωτέρω περιπτώσεις, η τιμολόγηση και καταβολή της επιμερισμένης αξίας της αμοιβής που προβλέπεται στη σύμβαση ορίζεται σε συγκεκριμένη ημερομηνία και όχι με βάση την παροχή της σχετικής υπηρεσίας για την οποία αμοίβεται η αντισυμβαλλόμενη επιχείρηση.

591 Ο προκαταβολικός τρόπος χορήγησης των παροχών προκύπτει και από τις συμβάσεις που συνήψαν οι ως άνω επιχειρήσεις με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και περιλαμβάνονται στον ανωτέρω Πίνακα, οι οποίες περιέχουν πρόβλεψη με βάση την οποία η αντισυμβαλλόμενη εταιρία οφείλει να επιστρέψει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία την αναλογία του προκαταβληθέντος ποσού παροχής:

α) είτε για το ανεκτέλεστο διάστημα της σύμβασης σε περίπτωση λύσης αυτής με υπαιτιότητα της

---

[653] Η αποκλειστική συνεργασία προκύπτει είτε από τα στοιχεία της αναλογίας αγορών σε σήματα ζύθου της καθ' ης όπως αυτά παρατίθενται στον Πίνακα 1 του Παραρτήματος1 και έχουν εκτενώς αναφερθεί ανωτέρω, είτα από την ανάλυση που ακολουθεί στα επόμενα κεφάλαια της παρούσης Έκθεσης.

[654] […] προβλέπεται στον όρο 16 η καταβολή εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας του ποσού των […] για την εκπόνηση επιπρόσθετων προωθητικών προγραμμάτων. Σε εσωτερικό ενημερωτικό σημείωμα της καθ' ης που συλλέχθηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αναφέρεται αναφορικά με την εν λόγω συμφωνία: *«ΕΚΚΡΕΜΟΤΗΤΕΣ* […]. Επιπλέον, σε ηλεκτρονική επικοινωνία του στελέχους της […] προς το στέλεχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] με ημερομηνία 07.12.2004 αναφέρεται*: «Πάντως το ποσό έχει τιμολογηθεί και εισπραχθεί.* […]. Πρόκειται για μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[655] […].

[656] Πέραν των έγγραφων συμφωνιών που παρατίθενται στον Πίνακα, στην περίπτωση της αλυσίδας «[…]», εντοπίστηκε κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 24.05.2006 συμφωνητικό μη υπογεγραμμένο, με βάση το οποίο συμφωνείται μεταξύ των δύο εταιριών η εκπόνηση προωθητικών ενεργειών και προβολή των προϊόντων μπίρας στα καταστήματα ύψους […]. Στο συγκεκριμένο σημείο, από την αναλυτική εξέταση των αντίστοιχων λογαριασμών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στους οποίους είναι αναμενόμενη η εγγραφή του εν λόγω εξόδου (με βάση στοιχεία που προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 8463/01.12.08 υποβολής στοιχείων) δεν προκύπτει κατά το 2005 μεμονωμένη ισόποση αξία εξόδου που να καταδεικνύει την υλοποίηση της εν λόγω συμφωνίας.

[657] Στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 24.05.2006 συλλέχθηκε εσωτερικό έγγραφο το οποίο αναφέρεται σε όρους του συγκεκριμένου συμβολαίου με την αλυσίδα […].

πρώτης εταιρίας ή λόγω παράβασης όρων της σύμβασης ή αδυναμίας παροχής των προβλεπόμενων υπηρεσιών ή

β) για τη διαφορά μεταξύ της προβλεπόμενης στη σύμβαση και της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών στην περίπτωση που η αμοιβή υπολογίσθηκε ποσοστιαία επί της αξίας αγορών[658].

592 Ο […] απέδωσε τον προκαταβολικό τρόπο καταβολής αυτών των αμοιβών στην […][659],[…] στην ίδια αιτιολογία παρέπεμψε και όταν ρωτήθηκε για τις περιπτώσεις των καταστημάτων « […]», καθώς και της εταιρίας « […]»[660]. Ωστόσο, οι ισχυρισμοί αυτοί του στελέχους της ΑΖ δεν μπορούν να γίνουν δεκτοί δεδομένου ότι οι συμβάσεις της καθ' ης με πολύ σημαντικούς πελάτες της στην κατηγορία των key accounts (βλ. ενδεικτικά τη σύμβαση συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την « […]», διάρκειας ισχύος […]), περιείχαν όρους αποκλειστικής προμήθειας / διάθεσης προϊόντων ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας, ενώ το σύνολο των επιχειρήσεων που παρατίθενται στον Πίνακα ως απολαμβάνουσες προκαταβολική χορήγηση αμοιβών διαθέτουν από την πλειονότητα των ετών που καλύπτουν οι αντίστοιχες συμβάσεις προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αποκλειστική βάση[661].

593 Συμπερασματικά, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, ο όρος αποκλειστικότητας, εν γένει, επιβραβεύεται με αυξημένες εκπτώσεις και διαφημιστικές, προωθητικές και άλλες παροχές, και με ποικιλία καλύτερων εμπορικών όρων όπως η προκαταβολή των ποσών, ενώ τα κίνητρα αυτά και η απειλή της απώλειας και μη επανάληψής τους συνιστούν σημαντικό μοχλό πίεσης για να μην παρεκκλίνει η αντισυμβαλλόμενη εταιρία από την εφαρμογή του όρου αποκλειστικότητας.

594 Από τις περιπτώσεις που εκτέθηκαν στην παρούσα ενότητα αναλύονται εις βάθος, εν συνεχεία, εκείνες που αφορούν σε προκαταβολική χορήγηση οικονομικών ανταλλαγμάτων εκ μέρους της καθ' ης και οι οποίες συνδέονται ποσοστιαία με τις αγορές των αντισυμβαλλομένων σε προϊόντα της καθ' ης με πρόβλεψη για αξία αγορών που καλύπτει τις ανάγκες της αντισυμβαλλόμενης σε προϊόντα ζύθου, εξαρτώνται δηλαδή από την κάλυψη των αναγκών του πελάτη με προϊόντα της καθ' ης.

«[………]» και «[………]»

595 Το σύνολο των διαθέσιμων συμβάσεων που αφορούν στη συνεργασία με τις αλυσίδες καταστημάτων […] και καλύπτουν την περίοδο των ετών 1999[662] - 2013, περιλαμβάνουν σχετικό όρο απόδοσης επιπλέον αμοιβής για την τήρηση όρων της σύμβασης (που αφορούν κυρίως την εξασφάλιση πιστώσεων και άλλων κινδύνων) και την απορρόφηση των προϊόντων της καθ' ης. Η εν λόγω αμοιβή υπολογίζεται ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών, αφαιρουμένων των λοιπών συμφωνηθεισών εκπτώσεων, και προκαταβάλλεται βάσει ρητά προβλεπόμενης αξίας αγορών[663].

596 Το ποσό της πρόβλεψης περιλαμβάνει και αγορές σε προϊόντα νερού της καθ' ης, σύμφωνα με

658 Η περίπτωση β αφορά στις συμβάσεις με τα καταστήματα […].
659 […].
660 […].
661 Βλ. σχετ. τον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1. […].
662 […].
663 […].

διευκρίνιση της ίδιας της εταιρίας[664]. Εξετάζοντας όμως τα ποσά της ετήσιας καθαρής αξίας πωλήσεων επί της οποίας υπολογίζεται η ανωτέρω παροχή από το 1999 έως και το α' εξάμηνο του 2013[665], προκύπτει ότι η αναλογία των πωλήσεων σε προϊόντα νερού είναι εξαιρετικά χαμηλή συγκρινόμενη με το αντίστοιχο μέγεθος των προϊόντων ζύθου. Η εν λόγω αναλογία μάλιστα για τα καταστήματα « […]» είναι χαμηλότερη του [0-5]% για κάθε έτος της ως άνω περιόδου, ενώ για τα « […]» είναι χαμηλότερη από [0-5]% […][666].

597 Από την εξέταση της εφαρμογής των συμβάσεων για τα έτη για τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία προκύπτει ότι η προβλεπόμενη αξία αγορών που ορίζεται συμβατικά υπερβαίνει την αντίστοιχη πραγματοποιηθείσα συνολική αξία αγορών της προηγούμενης περιόδου. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση της […][667].[…][…][668].[…][669][…][670].

598 […] Πίνακα 12 (Παράρτημα 1), η προβλεπόμενη αξία αγορών υπερβαίνει την αντίστοιχη πραγματοποιηθείσα στις αμέσως προηγούμενες περιόδους. Αναλυτικότερα, στην από […], η προβλεπόμενη αξία πωλήσεων (αφαιρουμένων λοιπών εκπτώσεων – κυρίως επί τιμολογίου) για το διάστημα […]. Το συγκεκριμένο ποσό είναι υψηλότερο από την αντίστοιχη αξία πωλήσεων που πραγματοποιήθηκε στα συγκεκριμένα καταστήματα κατά το αμέσως προηγούμενο έτος (2006), η οποία ανήλθε […][671].[…][672].[…][673].

599 […][674][…][675],[…].

«[………]»

600 Στη σύμβαση με τα καταστήματα […] προβλέπεται αξία αγορών […]. Συγκρίνοντας ενδεικτικά τη συγκεκριμένη πρόβλεψη με την αντίστοιχη μικτή αξία πωλήσεων (χωρίς την αφαίρεση της συμφωνηθείσας έκπτωσης επί τιμολογίου) που πραγματοποίησε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στη συγκεκριμένη αλυσίδα κατά την ως άνω συμβατική περίοδο, η οποία σύμφωνα με την ίδια την εταιρία ζύθου έφθασε στο ύψος […][676], προκύπτει ότι το μέγεθος της πρόβλεψης που περιλαμβάνεται στη σύμβαση με βάση το οποίο καθορίστηκε και η προκαταβολή της αμοιβής είναι σημαντικά υψηλότερο από το πραγματοποιηθέν. […].

---

664 […].
665 […].
666 […].
667 […].
668 […].
669 […].
670 […].
671 […].
672 […].
673 […].
674 […].
675 […].
676 […].

«[………]»[677]

601 Παρομοίως, στην περίπτωση της […], όριζε προβλεπόμενη αξία αγορών εκ μέρους της εταιρίας ίση […], ενώ η αντίστοιχη πραγματοποιηθείσα συνολική μικτή αξία πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην εν λόγω εταιρία ήταν σημαντικά χαμηλότερη […][678]).[…].

602 […][679,680]. […].

603 Επιπλέον, η προβλεπόμενη αξία αγορών που ορίζεται στη σύμβαση, εκτιμάται ότι υπερβαίνει την αντίστοιχη πραγματοποιηθείσα με βάση το επιτευχθέν επίπεδο πωλήσεων της προηγούμενης περιόδου. Αναλυτικότερα, η προβλεπόμενη αξία πωλήσεων για το διάστημα των ετών […][681].

«[………]»

604 Στην από […]2004 σύμβαση της καθ' ης με την εταιρία […][682], συμφωνείται αμοιβή της τελευταίας για τη διενέργεια προωθητικών ενεργειών των προϊόντων μπίρας η οποία *«ισούται με ποσοστό […]% των εκάστοτε ετήσιων αγορών»* μειωμένων κατά το ποσό της επί τιμολογίου έκπτωσης. Στην ίδια σύμβαση, συμφωνείται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προκαταβάλει στην αρχή κάθε έτους ποσό […]για το σύνολο των καταστημάτων με τη σχετική εκκαθάριση να πραγματοποιείται στο τέλος του έτους[683]. Ως εκ τούτου, λαμβάνοντας υπόψη ότι η ετήσια αμοιβή ισούται με το […]% επί της καθαρής ετήσιας αξίας πωλήσεων η προκαταβολή ποσού ύψους […]ισοδυναμεί με πρόβλεψη ετήσιας αξίας πωλήσεων ύψους […]. Στην περίπτωση της συγκεκριμένης επιχείρησης, η πραγματοποιηθείσα καθαρή αξία πωλήσεων οριζόμενη ως η μικτή αξία πωλήσεων μειωμένη κατά τη συμβατικώς ορισθείσα έκπτωση επί τιμολογίου, υπολογίζεται ότι έφθασε […][684].

«[………]»

605 Αναφορά σε επίτευξη κύκλου εργασιών γίνεται και σε έγγραφη πρόταση συνεργασίας προς τα καταστήματα ταχείας εστίασης « […]»[685] κατά την 21.02.2005. Στο κείμενο της πρότασης αναφέρεται: *«Η προσφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τα καταστήματα με την επωνυμία « […]» ανέρχεται σε […]% επί του ετήσιου μικτού τζίρου, που υπολογίζεται για το ημερολογιακό έτος στο ποσόν των […]€ περίπου (πρόβλεψη αγορών […]). Το ανωτέρω ποσό θα αποδοθεί καθ' υπόδειξη της […]. Στο τέλος του έτους θα γίνει εκκαθάριση μεταξύ των δύο μερών και τυχόν οφειλόμενο ποσό, υπόλοιπο από την Αθηναϊκή, θα καταβληθεί άμεσα. Σε περίπτωση που δεν πραγματοποιηθεί ο ανωτέρω τζίρος από τα […],*

---

677 [...].
678 […].
679 […].
680 […].
681 […].
682 […].
683 […].
684 […].
685 […].

θα συμψηφιστεί με υπηρεσίες περαιτέρω συνεργασίας για διάστημα τεσσάρων μηνών». Η ρήτρα αυτή επεκτείνει την αποκλειστική συνεργασία. Σύμφωνα με τα υποβληθέντα στοιχεία εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[686], η συγκεκριμένη αλυσίδα παρουσιάζει αξία πωλήσεων, για το έτος 2005, […], ποσό μικρότερο από το προβλεπόμενο στην ανωτέρω έγγραφη πρόταση συμφωνίας[687].

Συμπεράσματα σε σχέση με τη χορήγηση αμοιβών ως ποσοστό επί της προβλεπόμενης αξίας αγορών του πελάτη που καλύπτει το σύνολο των αναγκών του

606 Οι εκπτώσεις πίστης και τα άλλα κίνητρα αποκλειστικότητας που εφαρμόζει η δεσπόζουσα επιχείρηση ενισχύουν τους δεσμούς μεταξύ των πελατών και του προμηθευτή που κατέχει τη δεσπόζουσα θέση και ουσιαστικά καταργούν τις ευκαιρίες των ανταγωνιζομένων προμηθευτών να εισέλθουν σε νέες αγορές ή να εξασφαλίσουν νέους πελάτες, κατά τα προεκτεθέντα.

607 Εν προκειμένω, στα key accounts, όπως προεκτέθηκε, οι πρακτικές εκπτώσεων και παροχών λειτουργούσαν συμπληρωματικά σε σχέση με τις συμφωνίες αποκλειστικότητας και δη ως αντάλλαγμα για την τελευταία, στο πλαίσιο της συνολικής πολιτικής και του στόχου της καθ' ης. Για τις περιπτώσεις, δε, των συμβάσεων της καθ' ης με τη […] των ετών 2007, 2010 και 2011 όπου ο όρος της αποκλειστικότητας απαλείφεται από τη σύμβαση, αφενός προκύπτει ότι διατηρούνται αδιαλείπτως και σε συνέχεια της μακροχρόνιας σχέσης μεταξύ της καθ' ης και της εν λόγω αλυσίδας, αμετάβλητοι όλοι οι εμπορικοί όροι της σχέσης και διατηρείται η αποκλειστικότητα στην πράξη, εξ ου και συνάγεται ότι δεν έπαυσε στην πράξη η επιβολή αποκλειστικότητας. Η καθ' ης, δε, δεν έχει ισχυρισθεί (ή, πολλώ δε μάλλον, αποδείξει) οποιαδήποτε μεταβολή στις εν λόγω συμβατικές της σχέσεις. Αφετέρου, όπως αποτυπώνεται και για τις μεγάλες αλυσίδες key accounts στον Πίνακα 11 του Παραρτήματος 1[688], επιβιώνει αναλλοίωτος ο όρος αποκλειστικότητας / κάλυψης των αναγκών της αλυσίδας με / υποχρέωσης προμήθειας και διάθεσης στα καταστήματα / τελικά σημεία της αλυσίδας προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης στις συμφωνίες μεταξύ της δεσπόζουσας επιχείρησης και των πελατών της της κατηγορίας key accounts.

608 Σε κάθε περίπτωση, αναλύεται κατωτέρω, επιπροσθέτως, ότι τα εκεί προβλεπόμενα συστήματα εκπτώσεων κατατείνουν στο ίδιο αποτέλεσμα απόλυτης πελατειακής πίστης και αποκλεισμού και θα απαγορεύονταν ως καταχρηστικές ακόμη και σε περίπτωση απουσίας της συμφωνίας αποκλειστικότητας[689].

609 Στο άρθρο 11 της σύμβασης με τη […] (διάρκειας […] ετών) ορίζεται εκ νέου, όπως και στις προηγούμενες, ότι: […]*:*

610 […].

611 […].

---

[686] […].
[687] […].
[688] Για τις αλυσίδες, μεταξύ άλλων, […].
[689] Υπογραμμίσεις της Εισήγησης.

612 […].

613 Στο από […] ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τη […] αναφορικά με τα καταστήματα […] (διάρκειας […]) περιέχονται οι ακόλουθοι αντίστοιχοι όροι:

614 Στο άρθρο 11 της σύμβασης ορίζεται […]:

615 […].

616 […].

617 Στο από […] ιδιωτικό συμφωνητικό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τη […] αναφορικά με τα καταστήματα […] (διάρκειας […]) περιέχονται οι ακόλουθοι αντίστοιχοι όροι:

[…].

618 Στα προγράμματα κινήτρων που εμπεριέχονται στις συμφωνίες μεταξύ της καθ' ης και των ανωτέρω αλυσίδων τα οικονομικά κίνητρα που παρέχονται από την καθ' ης στις εδώ αναλυόμενες συμβάσεις με βασικούς πελάτες (key accounts), ανήκουν συνολικά στο πλαίσιο κινήτρων που παρέχονται για την επιβολή και την τήρηση του όρου της αποκλειστικότητας στην προμήθεια και διάθεση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, κατά τα εδώ εκτιθέμενα.

619 Και επιπλέον προβλέπονται παροχές (έκπτωση επί της αξίας αγορών από την καθ' ης) που εξαρτώνται από την επίτευξη συνολικού τζίρου στα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ, ενώ επίσης καλύπτουν σημαντική περίοδο (ένα ή περισσότερα έτη)[690].

620 Ωστόσο, σημαντικό είναι ότι το οριζόμενο πολύ υψηλό ποσό προκαταβάλλεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην αρχή έκαστου συμβατικού έτους, στην αντισυμβαλλόμενη, και αντιστοιχεί σε πρόβλεψη αξίας αγορών *που καλύπτει τις ανάγκες της εταιρίας σε προϊόντα ζύθου*, ενώ επίσης λαμβάνει χώρα μερική εκκαθάριση στο τέλος κάθε ημερολογιακού έτους, για τον υπολογισμό της αμοιβής ([…]% επί της πράγματι πραγματοποιηθείσας αξίας αγορών), που θα συμψηφίζεται στο ποσό της προκαταβολής. Στο τέλος, δε, της σύμβασης, αν η αξία των πραγματοποιηθεισών αγορών, είναι μεγαλύτερη από την αρχικώς προβλεφθείσα, θα καταβάλλεται στον αντισυμβαλλόμενο η επί πλέον αμοιβή ενώ εάν η αξία των πραγματοποιηθεισών αγορών υπολείπεται του προϋπολογισθέντος ποσού θα επιστρέφεται αναδρομικά από τον αντισυμβαλλόμενο στην ΑΘΗΝΑΙΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ το υπερβάλλον ποσό της προκαταβολής, ρύθμιση που όπως είναι προφανές αυξάνει εκθετικά την πίεση στον πελάτη για την πραγματοποίηση όσο το δυνατόν περισσότερων αγορών από την καθ' ης και αναφέρεται στον όρο κάλυψης του συνόλου των αναγκών της αντισυμβαλλόμενης[691]. Κατά τα προεκτεθέντα, επιπλέον δε όλων αυτών συμφωνούνται και κατ' αποκοπήν ποσά για κάθε κατάστημα, ενώ πέραν αυτών, για επικαλούμενους λόγους προώθησης των σημάτων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε φωτεινούς τιμοκαταλόγους και ανάρτησης φωτεινών σημάτων των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αυτή αναλαμβάνει την υποχρέωση να προκαταβάλλει στον αντισυμβαλλόμενο σημαντική αμοιβή

---

[690] […]. Τόσο στη μία όσο και στην άλλη περίπτωση, οι εν λόγω ρήτρες παραμένουν προβληματικές από απόψεως ανταγωνισμού ως εκπτώσεις πίστης (βλ. ανωτέρω σχετική νομολογία).

[691] Όπως προεκτέθηκε αναλυτικά, στις από […].2007, […].2010 και […].2011 συμβάσεις η προβλεπόμενη αξία αγορών υπερβαίνει την αντίστοιχη πραγματοποιηθείσα στις αμέσως προηγούμενες περιόδους.[…]

προκαθορισμένου ύψους με έκδοση αντίστοιχου τιμολογίου.

621 Εκ των ανωτέρω προκύπτει ότι το σύστημα των επίδικων εκπτώσεων έτεινε με την παροχή πλεονεκτημάτων τα οποία δεν μπορούσαν να δικαιολογηθούν από οικονομική άποψη, να παραγάγει κατάσταση εξαρτήσεως των πωλητών προϊόντων μπίρας από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και φέρει τα χαρακτηριστικά της έκπτωσης αποκλειστικότητας[692]. Εξαιτίας αυτού του χαρακτηριστικού του το σύστημα εκπτώσεων ήταν ικανό να παρεμποδίσει τους πωλητές από το να μπορούν να επιλέγουν ανά πάσα στιγμή, ελεύθερα και σε συνάρτηση με τη κατάσταση της αγοράς, την ευνοϊκότερη μεταξύ των προσφορών που τους κάνουν διάφοροι ανταγωνιστές και να αλλάζουν προμηθευτή δίχως αισθητές οικονομικές δυσμενείς συνέπειες. Ως εκ τούτου το σύστημα εκπτώσεων περιόριζε τη δυνατότητα επιλογής των πελατών όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού τους και καθιστούσε δυσχερέστερη για τους ανταγωνιστές την είσοδο στην αγορά χωρίς η κατάσταση εξαρτήσεως των πελατών που δημιουργήθηκε με το επίδικο σύστημα εκπτώσεων να στηρίζεται σε οικονομικά δικαιολογημένο αντιστάθμισμα[693]. Αντιστρόφως, με τις εκπτώσεις αυτές επιδιώκεται από την ΑΖ, μέσω της χορηγήσεως οικονομικών πλεονεκτημάτων, η παρεμπόδιση του εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς[694].

622 Επομένως, σε σχέση με τα στοιχεία καταχρηστικότητας των υπό κρίση συστημάτων και την εκτίμηση του αποτελέσματος αποκλεισμού των πρακτικών αυτών απεδείχθησαν ειδικότερα τα ακόλουθα:

623 Πρώτον, στο σύστημα αυτό, όπως και σε όλα τα αντίστοιχα, προεκτεθέντα συστήματα εκπτώσεων με αλυσίδες key accounts, περιέχονταν ατομικώς καθοριζόμενες προβλέψεις αγορών οι οποίες συνιστούσαν εξατομικευμένες[695] και αναδρομικές εκπτωτικές συμφωνίες αποκλειστικότητας[696]. Επρόκειτο για εκπτώσεις οι οποίες χορηγούνται στον πελάτη υπό τον όρο επίτευξης επιμέρους στόχων κάλυψης του συνόλου των αναγκών του πελάτη σε προϊόντα ζύθου από την ΑΖ, σε συνάρτηση με προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο αναφοράς και στις οποίες το όφελος αντανακλάται σε όλες τις αγορές που πραγματοποίησε κατά τη διάρκεια μιας περιόδου αναφοράς, ενδυναμώνοντας έτσι το κίνητρο διατήρησης πιστής πελατειακής σχέσης με την δεσπόζουσα επιχείρηση.

624 Το συμπέρασμα αυτό επιρρωνύεται, όπως προεκτέθηκε, και από το γεγονός ότι σύμφωνα με τους ως άνω σχετικούς όρους, οι αντισυμβαλλόμενοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεσμεύονταν από τις ως άνω προκαταβολές, και υποχρεούνταν να επιστρέψουν στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία το ανεκτέλεστο ποσό της

---

[692] Όπως έκρινε το ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, οι εκπτώσεις για τη χορήγηση των οποίων τίθεται ως προϋπόθεση να καλύπτει ο πελάτης σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (όρος που χρησιμοποιείται και για τις εκπτώσεις που δεν συναρτώνται από υποχρέωση αποκλειστικού εφοδιασμού σε ποσοστό 100 %, αλλά από την προϋπόθεση ότι πελάτης θα καλύπτει σημαντικό μέρος των αναγκών από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση) είναι εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας που εφόσον χορηγούνται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση είναι ασύμβατες με τον σκοπό της διατηρήσεως ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά. Και τούτο, διότι δεν στηρίζονται —πλην εξαιρέσεων— σε οικονομική παροχή που να δικαιολογεί τη χορήγηση του εν λόγω πλεονεκτήματος, αλλά αποσκοπούν στην εξάλειψη ή τον περιορισμό της δυνατότητας του αγοραστή να επιλέγει τις πηγές εφοδιασμού του και στην παρεμπόδιση της εισόδου άλλων παραγωγών στην αγορά (βλ., συναφώς, απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 90, και απόφαση Tomra του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψη 209).

[693] Τ-203/01, ό.π., παρ. 110, 113.

[694] Απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 90, και απόφαση Tomra του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψη 210.

[695] […].

[696] Βλ. Τ-155/06, Tomra Systems ASA κ.α. κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-04361, σκ. 101.

καταβληθείσας προκαταβολής. Συνεπώς, η πίεση στους πελάτες να πραγματοποιήσουν τον αριθμό των αγορών που ήταν αναγκαίος αυξανόταν, ενόψει του κινδύνου να υποστούν τη ζημία να υποχρεωθούν να επιστρέψουν το ανεκτέλεστο ποσό της καταβληθείσας προκαταβολής στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία[697]. Η ετήσια ή και μεγαλύτερη του έτους διάρκεια ισχύος των υπό κρίση συμβάσεων[698] (οι οποίες μάλιστα είναι διαδοχικές και αλλεπάλληλες) επέτεινε την πίεση που ασκείτο προκειμένου να επιτευχθεί σχετική πρόβλεψη αγορών, ώστε να λάβουν οριστικά το ποσό της ήδη καταβληθείσας προκαταβολής από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Σε σχέση με το οικονομικό κίνητρο που προσέφερε μέσω των συμβάσεων αυτών η καθ' ης και είχε κατά τα ανωτέρω μορφή εκπτώσεων αποκλειστικότητας, και αν ήθελε θεωρηθεί ότι ορισμένοι πελάτες, σε ορισμένες περιόδους, δεν υπερέβησαν το όριο που καθόρισε η συμφωνία παρότι αγόρασαν αποκλειστικά από την ΑΖ, το γεγονός αυτό καταδεικνύει την έκταση του συμπληρωματικού κινήτρου που αποτελεί το εν λόγω σύστημα εκπτώσεων[699] (πέραν του ότι συχνά να συμφωνείται παράταση, με σκοπό να παρασχεθεί από την καθ' ης στον πελάτη η δυνατότητα να καλύψει διαδοχικά τα όρια αυτά[700]).

625 Περαιτέρω, δεν αποδεικνύεται οποιοδήποτε ανάλογο οικονομικό αντίκρυσμα για τα ποσά αυτά πέραν της αποκλειστικότητας διάθεσης των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ενώ και το γεγονός ότι τα ποσά αυτά προκαταβάλλονταν ενισχύει το συμπέρασμα, ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με τον τρόπο αυτό χορηγούσε (οικονομικά) πλεονεκτήματα, τα οποία δεν στηρίζονταν σε καμία οικονομική αντιπαροχή, πλην της καταχρηστικής, κατά τα ανωτέρω, αποκλειστικότητας[701], τα οποία υπερέβαιναν δε τη δυνατότητα των ανταγωνιστών της καθ' ης να προσφέρουν αντίστοιχες εκπτώσεις και παροχές.

626 Τα ως άνω οδηγούν στο συμπέρασμα ότι το υπό εξέταση σύστημα αναδρομικών εκπτώσεων και προκαταβολών για "πρόβλεψη αξίας αγορών" οδηγούσε στην παροχή πλεονεκτημάτων που δεν στηρίζονταν σε νόμιμο οικονομικό αντάλλαγμα, μέσω των οποίων η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δημιουργούσε δεσμούς εξαρτήσεως[702] με τους αντισυμβαλλομένους της, αφαιρώντας από τους τελευταίους ή περιορίζοντάς τους τη δυνατότητα επιλογής αναφορικά με τις πηγές εφοδιασμού τους.

627 Με τον τρόπο αυτό η καθ' ης καθιστούσε δυσχερέστερη την είσοδο ή/και επέκταση των ανταγωνιστών της στη σχετική αγορά και ενίσχυε τη δεσπόζουσα θέση της νοθεύοντας τον ανταγωνισμό. Με βάση τα ανωτέρω, το υπό κρίση σύστημα εκπτώσεων και προκαταβολών κρίνεται καταχρηστικό. Με τις εδώ εκτιθέμενες καταχρήσεις, η καθ' ης νόθευσε τον ανταγωνισμό και κατάφερε να προκαλέσει πλήρη αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από τις ως άνω αλυσίδες μαζικής εστίασης οι οποίες αποτελούσαν

---

[697] Βλ. ανωτέρω νομολογία, αλλά και ενδεικτικά απόφαση COMP/E-1/38.113 Prokent-Tomra, EE C (2006) 734, παρ. 317. Βλ. και Van Bael&Bellis, ό.π., σ. 818.
[698] […].
[699] Ενδεικτικά, απόφαση Γεν.Δικ. της 09.09.2010 στην υπόθεση Τ-155/06, Tomra Systems ASA κ.α. κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-04361, σκ. 117, βλ. και προεκτεθείσα ανάλυση.
[700] Ενδεικτικά, απόφαση Γεν.Δικ. της 09.09.2010 στην υπόθεση Τ-155/06, Tomra Systems ASA κ.α. κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-04361, σκ. 113.
[701] Ο τυχόν ισχυρισμός του […] ότι η προκαταβολή οφειλόταν σε ιστορικούς λόγους εμπορικής συνεργασίας της καθ' ης με τις αντισυμβαλλόμενες αλυσιτελώς προβάλλεται, δεδομένου ότι ένας τέτοιος λόγος δεν μπορεί να αποτελέσει λόγο αντικειμενικής δικαιολόγησης και να αναιρέσει την ιδιαίτερη ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης, πέραν του ότι είναι αστήρικτος, γενικόλογος και μη πειστικός.
[702] Βλ. σχετ. απόφαση ΠΕΚ Τ-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, ΙΙ-2969, σκ. 194 επ.

πολύ βασικό και προβεβλημένο δίαυλο διάθεσης των προϊόντων ζύθου.

628 Ως προς την αναγκαιότητα απόδειξης αποτελέσματος περιορισμού του ανταγωνισμού στη σχετική αγορά εν γένει, κατά πάγια νομολογία στην οποία γίνεται εκτεταμένη μνεία ανωτέρω και η οποία αφορά όλες τις εδώ εξεταζόμενες πρακτικές, *το αποτέλεσμα δεν αφορά κατ' ανάγκη τα συγκεκριμένα αποτελέσματα της συμπεριφοράς που κρίνεται ως καταχρηστική. Για να στοιχειοθετηθεί παράβαση των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, αρκεί να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή με άλλα λόγια ότι η συμπεριφορά αυτή είναι ικανή ή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα. Κατά συνέπεια, ενόψει της εφαρμογής των άρθρων αυτών, η απόδειξη του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αντικειμένου και του αντιθέτου προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματος ταυτίζονται. Συγκεκριμένα εάν αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, η εν λόγω συμπεριφορά θα είναι επίσης ικανή να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα*[703],[704].

629 Τέλος, ο καταχρηστικός χαρακτήρας του συστήματος εκπτώσεων προκύπτει και από το σύνολο των περιστάσεων και τα κριτήρια και τον τρόπο χορήγησης των εκπτώσεων, οι οποίες, για τους ανωτέρω λόγους αποδεικνύεται ότι αποβλέπουν, με τη χορήγηση πλεονεκτήματος που δεν στηρίζεται σε καμία οικονομική παροχή που να το δικαιολογεί, στο να αφαιρέσουν από τον αγοραστή ή να του περιορίσουν τη δυνατότητα επιλογής όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο στην αγορά των ανταγωνιστών, να εφαρμόσουν σε εμπορικώς συναλλασσόμενους άνισους όρους για ισοδύναμες παροχές και να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση νοθεύοντας τον ανταγωνισμό[705] [706]. Συνεπώς, τα ανωτέρω συστήματα παροχών προς τα key accounts που εφαρμόστηκαν από τη δεσπόζουσα επιχείρηση απαγορεύονται σε κάθ επερίπτωση από τα άρθρα 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ.

630 Σημειώνεται ότι για το ίδιο ύψος αγορών ή πωλήσεων που πραγματοποιούνται από δύο πελάτες κατά την περίοδο αναφοράς, η εφαρμογή των εν λόγω εκπτωτικών συστημάτων συνεπάγεται τον αποκλεισμό

---

[703] Απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, υπόθεση T-203/01, Συλλ. II-04071, σκ. 239, 241-245 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, απόφαση ΠΕΚ της 30.01.2007, France Télécom SA κατά Επιτροπής, υπόθ. T-340/03, Συλλ. II-107, σκ. 195, T-228/97, ό.π., σκ. 170, T-155/06, ό.π., σκ. 287-289 (επιβεβαιωθείσα από C-549/10 P, ό.π., παρ. 68-69, 79).

[704] Μάλιστα, τυχόν μείωση ή και αύξηση των μεριδίων αγοράς των ανταγωνιστών δεν σημαίνει ότι οι εγγενώς αντιανταγωνιστικές απαγορευόμενες πρακτικές στερούνται αποτελέσματος, δεδομένου ότι, ελλείψει των πρακτικών, θα μπορούσε να είχε αποτραπεί η μείωση των μεριδίων των ανταγωνιστών ή τα μερίδια αγοράς αυτών των ανταγωνιστών θα μπορούσαν να έχουν αυξηθεί – βλ. T-203/01, ό.π., σκ. 245.

[705] T-203/01, Michelin κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 56-60 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει), T-155/06, ό.π., σκ. 212-214.

[706] Βλ. και απόφαση Michelin T-203/01, ό.π., σκ. 65 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει). Οι εκπτώσεις ποσοτήτων έχουν άλλωστε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία πιστής πελατείας εφόσον: α) η έκπτωση που παρέχεται, υπολογίζεται επί του συνολικού κύκλου εργασιών του πωλητή με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (και δεν αφορά μόνο πρόσθετη έκπτωση που παρέχεται αποκλειστικά στις ποσότητες άνω ορισμένου ορίου) και β) εφαρμοζόμενη περίοδος αναφοράς για τη χορήγηση της εν λόγω έκπτωσης είναι σχετικά μεγάλη. Το μεγάλο εύρος της περιόδου αναφοράς, αξιολογούμενο σε σχέση με τις λοιπές λεπτομέρειες χορήγησης της έκπτωσης (υπολογισμός της έκπτωσης επί του συνολικού κύκλου εργασιών της περιόδου, μεγάλος αριθμός κύκλων παραγγελιών που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια της περιόδου αυτής κ.λπ.) και τις συνθήκες της οικείας αγοράς συμβάλλει στη δυνατότητα του συστήματος να δημιουργεί πιστή πελατεία

του ενός από τη χορήγηση της έκπτωσης ή τη χορήγηση διαφορετικών ποσοστών έκπτωσης στον καθένα[707].

2.β. Χορήγηση αμοιβών ως ποσοστό επί της αξίας αγορών για «προωθητικές ενέργειες»

[………]

631 Όπως έχει ήδη αναφερθεί, στην περίπτωση της συνεργασίας με την εταιρία « […]», στις από […]2001 και […]2004[708] συμβάσεις με αντίστοιχη διάρκεια ισχύος έως την […] για τη μεν πρώτη και […]– […] για τη δεύτερη, ορίζεται αμοιβή για την πραγματοποίηση διαφημιστικών ενεργειών εκ μέρους της εταιρίας υπολογιζόμενη ως ποσοστό επί της πραγματοποιηθείσας αξίας πωλήσεων[709]. Ο συγκεκριμένος καθορισμός της αμοιβής μπορεί να μην ανταποκρίνεται σε αυτή την αιτιολογία, δεδομένου ότι μεταβάλλεται ανάλογα με την αξία αγορών εκ μέρους του πελάτη και όχι από το υπολογισθέν κόστος ή άλλη, αποτιμητέα σε χρήμα, παράμετρο των σχεδιαζόμενων προωθητικών ενεργειών.

632 Η ανωτέρω προσέγγιση ενισχύεται και από προεκτεθέν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελέχους της επιχείρησης « […]» και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[710], με ημερομηνία αποστολής την […] στο οποίο αναφέρεται: *«Έχοντας (... τελικά) συμφωνήσει στο τζίρο του 2004 στα* […]*, θα πρέπει να σου εκδώσω ένα ΤΠΥ* [ΣτΣ: ενν. τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών} *αξίας* […] [711]*. Σε παρακαλώ θέλω να μου πεις εάν θέλεις να γράφεται κάτι συγκεκριμένο στο εν λόγω τιμολόγιο. (Δηλαδή εκτός από το κλασσικό "Προωθητικές ενέργειες στα καταστήματα* […] *βάση συμφωνητικού"). Δυστυχώς κατά την παρούσα το marketing δεν έχει κάποιο ανοιχτό promotion»*[712]. Προδήλως, λοιπόν η επίκληση των δήθεν «προωθητικών ενεργειών» για δικαιολόγηση της καταβολής των συγκεκριμένων ποσών εκ μέρους της καθ' ης έχει προσχηματικό χαρακτήρα· η εν λόγω καταβολή, κατά λογική αναγκαιότητα, θα πρέπει να εκληφθεί ως ένα από τα εδώ εκτιθέμενα ανταλλάγματα για την υποχρέωση αποκλειστικότητας που επιβάλλεται στην αντισυμβαλλόμενη. Υπενθυμίζεται ότι τα εταιρικά καταστήματα της […] προμηθεύονται σε συνεχή και αποκλειστική βάση προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […][713].

---

[707] ΠΕΚ Τ-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, Συλλ. 2003, σελ. ΙΙ-5917, σκ. 235, 384). Για το λόγο αυτό έχει κριθεί ότι η εφαρμογή εκπτωτικών προγραμμάτων που φέρουν την εν λόγω φυσιογνωμία συνιστά παράλληλα πρακτική διακριτικής τιμολόγησης έναντι των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης, η οποία αντιβαίνει στις επιταγές του άρθρου 2, παρ. 2, στοιχείο γ του ν. 703/1977 και ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 102, εδ. β΄, στοιχείο γ΄ ΣΛΕΕ (ΠΕΚ Τ-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, σκ. 233 επ.).

[708] […].

[709] […].

[710] Πρόκειται για μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Αποστολέας είναι […] εκ των καταστημάτων «[…]» και αποδέκτης […]. Το μήνυμα έχει θέμα «[…]».

[711] […] ενότητα 1.3.1.4. […].

[712] Παρομοίως, για αντίστοιχης φύσης έγγραφο στην περίπτωση της αλυσίδας […] με την επωνυμία «[…]», βλ. κατωτέρω.

[713] […].

[………]

633 Στη σύμβαση της […] μεταξύ της καθ’ ης και της εταιρίας « […]», με διάρκεια ισχύος […][714] προβλέπεται αμοιβή για διαφημιστικές ενέργειες υπολογιζόμενη ως ποσοστό επί της αξίας αγορών. Συγκεκριμένα, στη σύμβαση ορίζεται: *«6. Η “Α.Ε.”* […]*αναλαμβάνει επίσης την υποχρέωση καθ’ όλη της διάρκεια της παρούσας να μεριμνά διά την εμφάνιση και παρουσίαση των εμπορικών σημάτων και λογοτύπων των Προϊόντων Μπύρας στα “Καταστήματα”, κατά τρόπο που θα συμφωνείται εκάστοτε από τους εκπροσώπους της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ και της “Α.Ε.” […] 7. Έναντι των υπηρεσιών της παραγράφου 6, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ συμφωνεί να παρέχει προς την Εταιρεία περαιτέρω έκπτωση σε ποσοστό* […]*- επί της αξίας αγορών των Προϊόντων Μπύρας υπολογιζόμενης επί του συνόλου των προϊόντων που προμηθεύονται τα καταστήματα μετά την έκπτωση του* […]*% που θα γίνεται στα τιμολόγια αγοράς»*[715].

634 Συμπερασματικά, οι χορηγούμενες εκπτώσεις αυτής της κατηγορίας εν προκειμένω δεν συνιστούν γραμμικές, αντικειμενικές εκπτώσεις ποσότητας και αφ’ εαυτών (ακόμη και ελλείψει συμφωνίας αποκλειστικότητας), ανάγονται σε καταχρηστικές εκπτώσεις πίστης[716], ενώ συνάγεται ότι συνιστούν μέρος μόνο του ανταλλάγματος της αποκλειστικότητας, αφού συμφωνούνται και περαιτέρω ποσά και άλλα ανταλλάγματα, συχνά πολλαπλάσια των εκπτώσεων, που φαινομενικά αναφέρονται σε διαφημιστικές και προωθητικές ενέργειες προς τους αντισυμβαλλόμενους της καθ’ ης[717], αλλά τα οποία είναι δυσανάλογα ή οπωσδήποτε άσχετα εξ επόψεως οικονομικού αντικρίσματος - δαπάνης με οποιεσδήποτε τυχόν τέτοιες ενέργειες. Συχνά, μάλιστα, τα ανταλλάγματα *προκαταβάλλονται* και η χορήγησή τους, με επίκληση διαφόρων λόγων (σηματοποίηση, ενέργειες προβολής προϊόντων Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από τις αλυσίδες), ανάγεται στη διακριτική ευχέρεια της καθ’ ης, χωρίς έλεγχο, ενώ το αποδιδόμενο ποσό είναι ανεξάρτητο από την πραγματοποίηση συγκεκριμένων ενεργειών και το ύψος του δεν συναρτάται με αυτές[718].

635 Χαρακτηριστικό παράδειγμα του ψευδεπίγραφου χαρακτήρα των παροχών ως διαφημιστικών ή προωθητικών αποτυπώνεται στο προεκτεθέν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου από […] προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[719] της 23.6.2005. Από το περιεχόμενο του εν λόγω μηνύματος αποδεικνύεται ότι

---

[714] […].
[715] […]».
[716] Αντίστοιχα με τα ανωτέρω αναφερόμενα σε σχέση με τις συμφωνίες αποκλειστικότητας ισχύουν και όταν η δεσπόζουσα επιχείρηση, χωρίς να δεσμεύει τους αγοραστές επίσημα, εφαρμόζει, είτε βάσει των όρων συμφωνιών που συνήφθησαν με τους αγοραστές είτε μονομερώς, σύστημα εκπτώσεων σε πιστούς πελάτες, δηλαδή σύστημα εκπτώσεων ή επιστροφών υπό τον όρο της κάλυψης από τον πελάτη του συνόλου ή του μεγαλύτερου μέρους των αναγκών του — άσχετα με το ύψος των αγορών του— από τη δεσπόζουσα επιχείρηση.
[717] Όπως επισημαίνεται από ανταγωνίστρια της καθ’ ης […]: «Οι διαφημιστικές επενδύσεις σε ομπρέλες, τραπεζάκια κλπ υποδηλώνουν συνήθως σημείο αποκλειστικής συνεργασίας».
[718] Είναι προφανές ότι η αποκλειστικότητα δεν αποτελεί νόμιμο αντικειμενικό οικονομικό λόγο για τη χορήγηση εκπτώσεων από δεσπόζουσα επιχείρηση.
Πρβλ. αντί άλλων απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] ΙΙ-4082, παρ. 141 καθώς και παρ. 140 σύμφωνα με την οποία «*[…] η προς μεταπωλητή παροχή εκπτώσεως από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση πρέπει να στηρίζεται σε αντικειμενικό οικονομικό λόγο που να τη δικαιολογεί […]. Η παροχή εκπτώσεως δεν μπορεί να εξαρτάται από υποκειμενική εκτίμηση, εκ μέρους της επιχειρήσεως η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, της συμμορφώσεως του πωλητή προς τις δεσμεύσεις του οι οποίες παρέχουν δικαίωμα εκπτώσεως […]*».
[719] Μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με θέμα […] που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24/5/2006 στα

τα ποσά αυτά αφορούν ανταλλάγματα για την επίδειξη πιστής συναλλακτικής συμπεριφοράς εκ μέρους του αντισυμβαλλόμενου ενώ η αναφορά ως αιτιολογίας "προωθητικές ενέργειες (βάσει συμφωνητικού)" (λ.χ. στα τιμολόγια) δεν αντικατοπτρίζει πραγματική παρασχεθείσα υπηρεσία αλλά συνιστά επίφαση για συγκάλυψη της πραγματικής υποκείμενης αιτίας της παροχής[720].

636 Ένα ακόμη παράδειγμα, ενδεικτικό του τρόπου με τον οποίο ανταμείβει την αποκλειστικότητα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και του πλασματικού χαρακτήρα των παροχών που εμφανίζονται ως διαφημιστικές αλλά στην ουσία υποκρύπτουν ανταλλάγματα που ανάγονται στον αποκλεισμό ανταγωνιστικών προμηθευτών είναι η συμβατική ρήτρα στην προεκτεθείσα σύμβαση της καθ' ης με την […]της […]2003. Σε αυτήν ορίζεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα καταβάλει ετήσια αμοιβή και επιπλέον έκπτωση επί του καθαρού τζίρου των αγορών της αντισυμβαλλόμενης για τη διάθεση των προϊόντων μπίρας και νερού της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (για την παραχώρηση του χώρου μέσα στα ατομικά ψυγεία των δωματίων, θα διαθέτει σήματα της ΑΖ στα bar και στα banquet), και ότι «*το ποσόν αυτό θα καταβληθεί στο ξενοδοχείο με τιμολόγια που αφορούν έντυπο υλικό ή χορηγία μουσικών εκδηλώσεων τα οποία θα εκδοθούν στο όνομα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*».

637 Ένα τρίτο παράδειγμα στο πλαίσιο της ανωτέρω πρακτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προκύπτει από την αλληλογραφία της καθ' ης με την […] σχετικά με προτεινόμενους εμπορικούς όρους συνεργασίας, όπου αναφέρεται εκ μέρους της αλυσίδας «*[ό]σον αφορά τις ενέργειες μάρκετινγκ, κάντε μας πιο συγκεκριμένες προτάσεις. Έτσι όπως το αναφέρετε, σημαίνει πως αν δεν γίνει κάτι μέσα στο χρονικό διάστημα της συνεργασίας μας, δεν θα έχουμε την παροχή*»[721]. Με άλλα λόγια είναι, κατά την αντίληψη των μερών, προβληματικό το να αποτυπώνεται ότι αν δεν υπάρξουν ενέργειες εκ μέρους της […] δεν θα υπάρχει και παροχή εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, δεδομένου ότι η […] φαίνεται να έχει απαίτηση να υπάρχει αντιπαροχή ακόμη κι «*αν δεν γίνει κάτι*», δηλαδή ακόμη κι αν δεν γίνουν προωθητικές ενέργειες εκ μέρους της. Η ως άνω αλληλογραφία εντάσσεται στο ίδιο πλαίσιο, στο οποίο παροχές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην πραγματικότητα δεν συνδέονται με διαφημιστικές ή προωθητικές ενέργειες αλλά πλασματικά εμφανίζονται να δίδονται έναντι αυτών.

638 Επομένως, οι αμοιβές αυτές που παρέχονται από τη δεσπόζουσα επιχείρηση αφορούν κατά κύριο λόγο στην επιβολή και διασφάλιση της αποκλειστικότητας και κατ' επίφαση μόνο στη διαφήμιση, ή άλλως τέτοιες παροχές για διαφημιστικούς λόγους παρέχονται σε αποκλειστικά σημεία, ενώ η καθ' ης χρησιμοποιεί τις αντιπαροχές αυτές και τη χορήγησή τους, τελικά, ως ένα περαιτέρω μέσο πίεσης για την τήρηση και εφαρμογή της αποκλειστικότητας.

639 Η απαίτηση ή η παροχή οικονομικού πλεονεκτήματος στους πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης, όπως εν προκειμένω, υπό τον όρο και στο πλαίσιο της επιδίωξης, εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης, της παρεμπόδισης εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές της είναι, επίσης,

---

γραφεία της καθ' ης. […].

[720] Αντίστοιχα ισχύουν σε σχέση με αλληλογραφία με την αλυσίδα […] (έγγραφα τα οποία εκτίθενται εν συνεχεία και ιδίως ηλεκτρονική επικοινωνία του στελέχους της […] προς το στέλεχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] με ημερομηνία 07.12.2004.

[721] Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της […]. Τα έγγραφα εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24/5/2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. […].

καταχρηστική και απαγορεύεται[722].

2.γ. Χορήγηση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιπλέον εκπτώσεων με πιστωτικό σημείωμα επί της πραγματοποιηθείσας αξίας πωλήσεων του πελάτη

[…]

640 Στην προαναφερόμενη, από 10.11.1999, σύμβαση που αφορά στα καταστήματα […][723], προβλέπεται (σωρευτικά με τις παροχές που αναλύονται στις ανωτέρω ενότητες) η **χορήγηση στο τέλος κάθε χρόνου αναδρομικής έκπτωσης με πιστωτικό σημείωμα** ύψους […]% σε όλα τα εισαγόμενα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, πλην των σημάτων […][724].

«[…]»

641 Στην από […] σύμβαση της καθ' ης με τη « […]»[725], ορίζεται *«έκπτωση ποσοστού* […]*% με πιστωτικό σημείωμα κάθε τέλος του έτους, υπολογιζόμενη επί των αγορών μετά την έκπτωση του* […]% [ΣτΣ: εννιν. την έκπτωση επί τιμολογίου]*»* (βλ. σχετ. όρο 4β).

[…]

642 Στην από […] σύμβαση με την εταιρία « […]» με διάρκεια ισχύος […][726] ορίζεται για κάθε έτος της σύμβασης, πέραν της έκπτωσης επί τιμολογίου (ύψους […]%) και της έκπτωσης με πιστωτικό σημείωμα στο τέλος κάθε τριμήνου ([…]), επιπλέον έκπτωση ποσοστού […]% με πιστωτικό σημείωμα κάθε τέλος του έτους επί της αξίας των αγορών μειωμένης κατά το ποσό των προηγούμενων εκπτώσεων (βλ. σχετ. όρο 4). Υπενθυμίζεται ότι απεδείχθη ότι στα καταστήματα που εκμεταλλεύεται η συγκεκριμένη εταιρία διατίθενται αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής.

«[…]»

643 Στο σύνολο των διαθέσιμων συμβάσεων που έχουν προσκομισθεί από την καθ' ης με αντισυμβαλλόμενη την επιχείρηση « […]»[727], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμεύεται για τη χορήγηση έκπτωσης με πιστωτικό σημείωμα στο τέλος κάθε εξαμήνου, η οποία υπολογίζεται ως ποσοστό επί της καθαρής αξίας πωλήσεων (ήτοι μικτής μειωμένης κατά την αξία της έκπτωσης επί τιμολογίου). […].

---

722 Τ-203/01, ό.π., παρ. 155, 160.
723 […].
724 […].
725 […].
726 […].
727 […].

[…]

644 […][728],[…][729][…][730].[…][731],[…][732],[…][733][…][734],[…][735][…][736].[…][737]. […][738,739].

Ξενοδοχεία «[…]»

645 […][740][…][741,742].

3. Επί των απόψεων της ΑΖ για την αγορά επιτόπιας κατανάλωσης

646 Σε σχέση με την αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης και ειδικότερα τα key accounts, η ΑΖ υποστηρίζει[743] εν συνόψει τα ακόλουθα[744]: Οι αλυσίδες εστιατορίων ταχείας εστίασης, για δικούς τους λόγους οργάνωσης και εξορθολογισμού του κόστους τους χρειάζονται έναν προμηθευτή ανά κατηγορία προϊόντος και έναν κωδικό προϊόντος και επιλέγουν οι ίδιες τους προμηθευτές τους με μεθόδους που προσιδιάζουν σε διαδικασία διαγωνισμού. Η ΑΖ ισχυρίζεται ότι η σηματοποίηση οιουδήποτε σημείου κατανάλωσης αποτελεί αγορά διαφημιστικού χώρου, και επιλέγεται με κριτήρια αποτελεσματικότητας της διαφήμισης και δεν συνδέεται με τις αγορές προϊόντων καθώς και ότι η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών δεν συνιστά αντάλλαγμα αποκλειστικότητας ούτε κεκρυμμένη έκπτωση πίστης. Κατά την ΑΖ, η διαφημιστική δαπάνη εμφανίζεται αυξημένη σε σχέση με την κατανάλωση προϊόντων μόνο σε περιπτώσεις όπου λόγω της συγκεκριμένης θέσης του το σημείο κατανάλωσης έχει μεγάλη

---

728 […].
729 […].
730 […].
731 […].
732 […].
733 […].
734 […].
735 […].
736 […].
737 […].
738 […].
739 […].
740 […].
741 […].
742 […].
743 Βλ. ενδεικτικά υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, ενότητα 3., και αντίστοιχο επιχείρημα στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σελ. 35 επ.
744 Η καθ' ης προβαίνει σε μια σειρά ισχυρισμών σε σχέση με την επιβολή αποκλειστικότητας και τις πρακτικές αποκλεισμού σε τελικά σημεία πώλησης οι οποίοι καταλαμβάνουν και τις πρακτικές που εκτίθενται στην παρούσα ενότητα για τις αλυσίδες ταχείας εστίασης. Επ' αυτών και ιδίως και ιδίως σε σχέση με τη φύση της επιβολής αποκλειστικότητας από τη δεσπόζουσα επιχείρηση και τους ισχυρισμούς της καθ' ης περί του ότι υπάρχει ανάγκη απόδειξης πραγματικών ή υπολογίσιμων αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων και ότι οι συμφωνίες αποκλειστικότητας (αποκλειστικής προμήθειας) δεν απαγορεύονται per se, η ανάλυση των εφαρμοστέων κανόνων και η κρίση της Επιτροπής καταγράφεται αναλυτικά και στην ενότητα για την αποκλειστικότητα στα τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης.

διαφημιστική αξία – υψηλή επισκεψιμότητα. Επίσης υποστηρίζει ότι η μέθοδος […] αποτελεί εργαλείο εσωτερικής οργάνωσης και εκπαίδευσης προσωπικού της ΑΖ και δεν αποτελεί στρατηγική για επιβολή αποκλειστικότητας.

647 Αναλυτικότερα, ως προς την παροχή υπηρεσιών επιτόπου προβολής και διαφήμισης από τις αλυσίδες ταχείας εστίασης και τους ειδικούς πελάτες (ενότητα Α.1 υπομνήματος ΑΖ), η ΑΖ υποστηρίζει ότι το κύριο στοιχείο στο οποίο προσβλέπουν οι προμηθευτές των αλυσίδων ταχείας εστίασης είναι όχι τόσο η αύξηση της επί τόπου κατανάλωσης του διαφημιζόμενου προϊόντος, αλλά η εντύπωση που δημιουργείται στον καταναλωτή μέσω της εικαστικής απεικόνισης του σήματος του προϊόντος. Κατά τον ισχυρισμό της ΑΖ «εν τοις πράγμασι, ο εν λόγω τρόπος προβολής δεν διαφέρει από οποιαδήποτε άλλη διαφήμιση […]. Η μόνη, ενδεχομένως, διαφορά είναι, ότι ο επισκέπτης/καταναλωτής έχει συνήθως και άμεση και ταυτόχρονη πρόσβαση στην αγορά του προϊόντος […]. Ωστόσο η δυνατότητα εκ μέρους του καταναλωτή της άμεσης αγοράς δεν αίρει επ' ουδενί τον χαρακτήρα της διαφήμισης από την εν λόγω υποκείμενη ενέργεια». Σχετικά, κατά την κρίστη της Επιτροπής, αφενός οι ισχυρισμοί αυτοί της ΑΖ προβάλλονται αλυσιτελώς και δεν ασκούν έννομη επιρροή δεδομένου ότι έχει στοιχειοθετηθεί κατά τα ανωτέρω ότι η καθ' ης επέβαλε όρους αποκλειστικότητας στις εν λόγω εμπορικές της σχέσεις. Ομοίως, τα ανταλλάγματα που παρέχονται στα key accounts από την ΑΖ, δεδομένου ότι εκ της φύσεώς τους, κατά τα ανωτέρω, οδηγούν σε αποκλειστικότητα και επαύξηση πίστης των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης, απαγορεύονται, ακόμη και αν παραλλήλως εξυπηρετούν άλλους μη αντιανταγωνιστικούς σκοπούς.

648 Δεδομένων των ανωτέρω, καθώς και του γεγονότος ότι την πρωτοβουλία και τη διαπραγματευτική ισχύ, ή το κίνητρο άσκησής της, κατέχει η ΑΖ, δεν μπορεί υποστηριχθεί το επιχείρημα που προβάλλει η ΑΖ περί του ότι το πλεονέκτημα κατά την σχετική διαπραγμάτευση έχει η επιχείρηση η οποία εκμεταλλεύεται τα συγκεκριμένα σημεία λιανικής πώλησης.

649 Περαιτέρω, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι αν και οι επίμαχες αμοιβές καταβάλλονται έναντι παροχής υπηρεσιών οπότε θα έπρεπε να εκδίδεται Τιμολόγιο Παροχής Υπηρεσιών από το key account, «*πολύ συχνά για τις αμοιβές αυτές «επιλέγεται από τον πελάτη» να εκδίδεται πιστωτικό τιμολόγιο και έτσι δίδεται η εντύπωση ότι πρόκειται για παρασχεθείσες εκπτώσεις επί πωληθέντων προϊόντων με αποτέλεσμα (...), να τίθεται θέμα ελέγχου των (εσφαλμένα χαρακτηρισθεισών ως) εκπτώσεων υπό το πρίσμα του δικαίου περί εκπτωτικής πολιτικής επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση*". Κατά την κρίση της Επιτροπής η λογιστική αποτύπωση της συναλλαγής καταδεικνύει τη φύση της συναλλαγής και, για τους λόγους που προεκτέθηκαν, δεν μπορεί να αμφισβητηθεί ότι το καταβαλλόμενο ποσό αντιστοιχεί σε έκπτωση χορηγούμενη από την ΑΖ, και το πιστωτικό τιμολόγιο εκδίδεται για λόγους κάλυψης των παροχών αποκλειστικότητας / πίστης.

650 Περαιτέρω, η ΑΖ υποστηρίζει ότι υπάρχει αγορά επί τόπου διαφημιστικών υπηρεσιών και μάλιστα αυτοτελής έναντι της αγοράς προμήθειας του διαφημιζομένου προϊόντος. Ισχυρίζεται επίσης ότι η ΑΖ ανταγωνίζεται ως αγοραστής εντός της παραπάνω αγοράς με όλους εκείνους οι οποίοι είναι έτοιμοι να αγοράσουν τις εν λόγω υπηρεσίες και ότι το πεδίο ανταγωνισμού εκτείνεται και σε όλους εκείνους τους αγοραστές υπηρεσιών οι οποίοι ενδιαφέρονται ή εν δυνάμει θα ενδιαφέρονταν να αποκτήσουν διαφημιστική παρουσία στον κάθε τύπο καταστήματος λιανικής πώλησης. Ωστόσο, η ΑΖ δεν προσκομίζει οποιοδήποτε πειστικό στοιχείο επ' αυτών, ούτε κάτι τέτοιο προκύπτει από τα στοιχεία του

φακέλου. Σε κάθε περίπτωση, τα επιχειρήματα αυτά προβάλλονται αλυσιτελώς και περαιτέρω εξέτασή τους παρέλκει, δεδομένου ότι η διαπιστωθείσα κατά τα ανωτέρω επιβολή όρων αποκλειστικότητας και η χρήση εκπτώσεων αποκλειστικότητας είναι απαγορευμένη ανεξαρτήτων της βασιμότητας των εν λόγω ισχυρισμών της καθ' ης, τα οποία άλλωστε δεν μπορούν να αποτελέσουν αντικειμενική δικαιολόγηση για αυτές τις αντιανταγωνιστικές πρακτικές.

651 Απορριπτέες είναι, επίσης, και οι αιτιάσεις της ΑΖ ότι δημιουργείται αυτόματα μια πλειοδοτική αγορά (bidding market) στην οποία η επιχείρηση που εκμεταλλεύεται τον χώρο εστίασης προσπαθεί να διαθέσει το προϊόν της (υπηρεσία) υπό τους καλύτερους δυνατούς όρους, η οποία προσομοιάζει, χωρίς να ταυτίζεται, με τις λεγόμενες ειδικές αγορές/ειδικά κανάλια[745] και στην οποία ο αγοραστής των προϊόντων έχει την παράλληλη δυνατότητα παροχής προβολών, διαφημίσεων και προωθητικών ενεργειών και αυξημένη διαπραγματευτική δύναμη έναντι του προμηθευτή του. Ωστόσο, μια τέτοια επίκληση δεν επαρκεί σε καμία περίπτωση για να θεωρηθεί ότι η συγκεκριμένη αγορά φέρει τα χαρακτηριστικά αγοράς που λειτουργεί κατόπιν διαγωνισμών-προσφορών[746]. Εξάλλου, οι εν λόγω αιτιάσεις δεν στοιχειοθετούνται από τα στοιχεία του φακέλου, ούτε και η καταγγελλόμενη προσκόμισε έγγραφα προς απόδειξή τους. Ειδικότερα, δεν προκύπτει κάποια πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος από τους εν λόγω πελάτες, ούτε και οι προς διαπραγμάτευση υπηρεσίες και τα ορισθέντα αντικειμενικά και διαφανή κριτήρια που χαρακτηρίζουν μια ανοιχτή και ανταγωνιστική διαδικασία προσφορών.

652 Τουναντίον, από τα στοιχεία του φακέλου αποδεικνύεται ότι οι ως άνω ρήτρες και κίνητρα δόθηκαν από την ΑΖ με γνώμονα τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Η καταγγελλόμενη φαίνεται, επιπροσθέτως, να διατηρεί παγιωμένες και συνεχώς να ανανεώνει τις σχετικές συμβάσεις, γεγονός που επιτείνει τα ενδεχόμενο πρόκλησης αποτελεσμάτων αποκλεισμού και, σε κάθε περίπτωση, υποδεικνύει ότι η πιθανότητα να απωλέσει το σύνολο ή αρκετές από τις πωλήσεις της κατά την υποτιθέμενη επόμενη «πλειοδοτική διαδικασία» είναι μικρή. Σημειωτέον, επίσης, ότι ακόμη και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι η καθ' ης προσκλήθηκε με κάποιο τρόπο από τους εν λόγω πελάτες των ειδικών καναλιών να προτείνει ανταλλάγματα συγκεκριμένου ύψους για την υπό παραχώρηση αποκλειστικότητα, βάσει πάγιας νομολογίας, μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά και δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της [βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 89].

653 Η ΑΖ προβάλλει περαιτέρω το επιχείρημα ότι οι εν λόγω πρακτικές δεν εμπεριέχουν διακριτική μεταχείριση με βάση το ότι τα «key accounts» πρέπει να διακριθούν σε κατηγορίες με κριτήριο τις ανάγκες ή τις προσλαμβάνουσες του παρευρισκόμενου ή διερχόμενου καταναλωτή στους χώρους των εν λόγω πελατών και τις ειδικές συνθήκες (ως εξής: α) Αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης με καταστήματα μόνο DTS (down the street), β) Αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης με καταστήματα DTS και με καταστήματα σε χώρους υψηλής διαφημιστικής ζήτησης (κυρίως

---

[745] Με παραπομπή στην απόφαση της ΕΑ 520/VI/2011, Tasty, η οποία απέρριψε το αντίστοιχο σκεπτικό (σκ. 292 επ.).
[746] Βλ. ενδεικτικά απόφαση Ευρ. Επιτροπής Prokent-Tomra, EE C(2006)734, παρ. 90, η οποία επικυρώθηκε από το ΓενΔΕΕ και απόφαση ΕΑ 520/2011, παρ. 292.

αεροδρόμια, λιμάνια, αγορά travel value), γ) χώροι θεαμάτων, δ) ξενοδοχεία, ε) κλειστές αγορές, στ) άλλοι χώροι συνάθροισης κοινού (πχ. εμπορικά κέντρα). Το καινοφανές αυτό επιχείρημα δεν μπορεί να γίνει δεκτό. Αφενός, η ΑΖ δεν προσκομίζει κανένα ουσιαστικό στοιχείο που να στηρίζει κάποια τέτοια διάκριση, και καμία μελέτη ή άλλη εσωτερικό έγγραφο που να καταδεικνύει ότι προέβαινε σε μία γενική και αντικειμενική, βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων αξιολόγηση. Αφετέρου, ο ισχυρισμός της καταγγελλόμενης ότι οι ως άνω οικονομικές παροχές καταβάλλονται σε αντάλλαγμα παρεχόμενων από τις αλυσίδες υπηρεσιών, προβάλλεται αλυσιτελώς καθώς ακόμη και αν συντρέχει η παράμετρος της προβολής των προϊόντων, αυτή δεν αναιρεί τον όρο της αποκλειστικότητας, κατά τα προεκτεθέντα, και οπωσδήποτε δεν επαρκεί για να αντισταθμίσει τα σαφώς αρνητικά αποτελέσματα της εν λόγω πρακτικής που στοχεύει ευθέως και διευκολύνει τη διατήρηση των μεριδίων αγοράς της καταγγελλόμενης και στον περιορισμό της παρουσίας των ανταγωνιστών της και στο συγκεκριμένο κανάλι διανομής.

654 Η πρακτική αυτή νομοτελειακά αυξάνει πλασματικά το κόστος εισόδου/επέκτασης στην αγορά των μικρών ανταγωνιστών. Σε κάθε περίπτωση, όπως καταδεικνύεται από τα ανωτέρω στοιχεία, και αναγνωρίζει η ΑΖ, και εντός των προτεινόμενων από την ΑΖ κατηγοριών δεν υπάρχει καμία ισότιμη μεταχείριση δεδομένου ότι αλυσίδες ανήκουσες στην ίδια προτεινόμενη κατηγορία απολαμβάνουν πολύ διαφορετικές (σε είδος και ύψος) παροχές, οπότε στοιχειοθετείται διακριτική μεταχείριση κατά τα εδώ εκτιθέμενα. Μάλιστα, αναφορικά με την εμπορική της πολιτική προς τους πελάτες λιανικής (key accounts και τελικά σημεία) εκπρόσωπος της καθ΄ης παραδέχθηκε, ειδικότερα, ότι[747]: […].

655 Εν συνεχεία, σε σχέση με τις συμφωνίες αποκλειστικότητας στα key accounts και την ανάλυση των κατ΄ ιδίαν συμβάσεων με τους πελάτες key accounts (ενότητα Δ.), η ΑΖ ισχυρίζεται ότι είναι ανεπίτρεπτη ερμηνεία των συμβατικών όρων και των δηλώσεων βουλήσεων των συμβαλλομένων μερών, εκτός αν διαπιστώνεται κενό ή αμφιβολία ως προς την έννοια της βουλήσεων των μερών που δηλώθηκε στη σύμβαση. Το επιχείρημα αυτό της ΑΖ είναι αβάσιμο, δεδομένου ότι οι εν λόγω όροι, κατά τα ανωτέρω εκτιθέμενα, είναι ρητοί και συγκεκριμένοι και η αποκλειστικότητα ή οι παροχές αποκλειστικότητας προκύπτουν και αποδεικνύονται σαφώς.

656 Κατά την ΑΖ, η σύμβαση […], αποτελεί μεμονωμένη περίπτωση (ισχυρισμός εντελώς αβάσιμος κατά τα ανωτέρω εκτιθέμενα, δεδομένου ότι οι ρήτρες εποκλειστικότητας της καθ' ης στο δίκτυο των βασικών πελατών της – αλυσίδων εστίασης εντάσσεται σε ένα πολυδιάστατο και συστηματικά παρακολουθούμενο πλέγμα συμβάσεων αποκλειστικότητας), κατά την οποία είχε προβλεφθεί ρήτρα αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης από τα καταστήματα […], των προϊόντων ζύθου της ΑΖ, καθώς και του ανθρακούχου φυσικού μεταλλικού νερού ΙΟΛΗ από τα καταστήματα […]. Η καθ' ης ισχυρίζεται ότι η ρήτρα καταλαμβάνεται από τον Κανονισμό 1984/83[748], με ειδικές διατάξεις για την απαλλαγή συμφωνιών προμήθειας ζύθου από την απαγόρευση του άρθρου 85(1) ΣυνθΕΟΚ (ήδη 101(1) ΣΛΕΕ, και αντίστοιχα, 1(1) του ν. 703/77, ήδη 1(1) του ν. 3959/2011). Το επιχείρημα αυτό αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλεται δεδομένου ότι, μεταξύ άλλων, ένας Κανονισμός απαλλαγής κατά

---

[747] Βλ. δήλωση του […], στην Ε.Α. στο πλαίσιο της διενέργειας επιτόπιας έρευνας στην εταιρία κατά την 21.07.2008.

[748] Κανονισμός (ΕΟΚ) αριθ. 1984/83 της Επιτροπής σχετικά με την εφαρμογή του άρθρου 85 παράγραφος 3 της συνθήκης σε κατηγορίες συμφωνιών αποκλειστικής προμήθειας, ΕΕ L173/5.

κατηγορία[749] από την απαγόρευση του άρθρου 85(1) ΣυνθΕΟΚ (ήδη 101(1) ΣΛΕΕ, ως γνωστόν, δεν μπορεί να ιδρύει εξαιρέσεις από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, στο πλαίσιο του οποίου τέτοιες εξαιρέσεις και (ατομικές ή ομαδικές) απαλλαγές δεν χωρούν, με άλλους λόγους δεν μπορεί να εφαρμόζονται σε δεσπόζουσες επιχειρήσεις (υπενθυμίζεται ότι τα μερίδια αγοράς της καθ' ης την εν λόγω περίοδο ήταν ιδιαιτέρως υψηλά), ενώ επίσης άγνοια νόμου δεν συγχωρείται, πολλώ δε μάλλον από μια εταιρία με το μέγεθος, τα τεχνικά, οικονομικά και νομικά μέσα και την εξειδίκευση της ΑΖ και δη σε μία περίοδο όπου η ενωσιακή νομολογία σε σχέση με την αντιμετώπιση συμφωνιών αποκλειστικότητας που συνάπτονται από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση είχε αποκρυσταλλωθεί (βλ. ανωτέρω εισαγωγή ενότητας). Περαιτέρω εξέταση των υπό αυτό τον ισχυρισμό επιχειρημάτων της καθ' ης δεν απαιτείται. Αρκεί μόνο να επισημανθεί ότι τα ανωτέρω προέκυπταν ρητώς από το ίδιο το νομοθετικό πλαίσιο, ενώ και τα νομολογιακά προηγούμενα του Κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού σε σχέση με τους όρους και τις εκπτώσεις αποκλειστικότητας είχαν προ πολλού δημοσιευθεί.

657 Εν συνεχεία, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι οι μετέπειτα συμβάσεις εμπορικής συνεργασίας που συνήφθησαν με την εταιρία […], δεν περιελάμβαναν όρο περί υποχρεωτικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων μπίρας της ΑΖ ούτε τέτοιος όρος μπορεί να συναχθεί εκ του περιεχομένου τους. Επί του ισχυρισμού αυτού, αρκούν τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα[750].

658 Σε σχέση με τα υπόλοιπα συγκλίνοντα στοιχεία, (μεταξύ άλλων, αγορές καταστημάτων των ως άνω αλυσίδων σε εμπορικά σήματα της ΑΖ, σχέση παροχών ΑΖ προς τη συνολική αξία πωλήσεων στις συγκεκριμένες αλυσίδες, καταγγελία και δηλώσεις ανταγωνιστικών επιχειρήσεων), τα περί αξιολόγησης του αποδεικτικού υλικού εκτίθενται αναλυτικώς στο οικείο σημείο, πρέπει ωστόσο να επισημανθεί εδώ, ειδικά σε σχέση με την επικαλούμενη φωτογραφία ενός τιμοκαταλόγου –χωρίς περαιτέρω στοιχεία / ημερομηνία – ταυτότητα – διεύθυνση κλπ ώστε να μπορεί να επαληθευθεί– καταστήματος […] που αναφέρει μετά τα σήματα της ΑΖ και το σήμα Βεργίνα, ότι αυτό δεν είναι τυπωμένο με αναγραφή χειρόγραφα της τιμής αλλά πρόκειται για επικόλληση επί του επίσημου τιμοκαταλόγου ενός αποκόμματος που αναφέρει το σήμα αυτό (ΣΧΕΤΙΚΟ ΚΑ/2Γ) χωρίς περαιτέρω διευκρίνιση περί αυτού.

659 Σε σχέση με τα επιχειρήματα της ΑΖ για την αλυσίδα […], όπως προκύπτει από τα αναλυτικώς ανωτέρω εκτιθέμενα, αυτά αβασίμως και αλυσιτελώς προβάλλονται (ιδίως το επιχείρημα περί του ότι η ΑΖ ουδέποτε συμφώνησε αποκλειστική προμήθεια των προϊόντων της με την εταιρία […], η οποία λειτουργεί, κατόπιν εισφοράς του κλάδου, από 01.03.2011 τα εταιρικά καταστήματα), δεδομένου ότι η αποκλειστικότητα προκύπτει σαφώς από την εξέταση όλων των συγκλινόντων σχετικών στοιχείων. Αρκεί εδώ να σημειωθούν επιπλέον τα ακόλουθα. Οι ισχυρισμοί της ΑΖ με τους οποίους αμφισβητεί τη συμφωνία αποκλειστικότητας και την πρακτική αποκλεισμού των προϊόντων της Μύθος που προκύπτει ρητώς από το έγγραφο της ΑΖ προς τη […] που βρέθηκε σε επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της ΑΖ κατά τα ανωτέρω δεν μπορούν να γίνουν δεκτοί. Όπως προκύπτει από το σώμα του αποδεικτικού στοιχείου, το fax αποστέλλεται τον Οκτ. 2001 από το operation department της […], ήτοι στον αριθμό fax της ΑΖ.

---

[749] Το ευεργέτημα της απαλλαγής κατά κατηγορία που θεσπίζεται με τους εν λόγω Κανονισμούς περιορίζεται στις συμφωνίες εκείνες οι οποίες θεωρείται, με επαρκή βαθμό βεβαιότητας, ότι πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 101 παράγραφος 3 της Συνθήκης.

[750] Ο ισχυρισμός περί παραγραφής αναλύεται εν συνεχεία.

Επιπλέον, η ΑΖ καταχωρεί το σχετικό έγγραφο πίσω από ένα δικό της έγγραφο παρακολούθησης πελάτη με επικεφαλίδα " […]" στο οποίο καταγράφει στοιχεία για τον πελάτη αυτόν («Ιεραρχία», «Συμβόλαιο» - με μνεία «ΛΗΞΗ ΤΕΛΟΣ ΤΟΥ 2004», «Προϊόντα», «Εκπτώσεις», «Διαφημιστικό υλικό», «Εκκρεμότητες - Παρατηρήσεις» υπό το οποίο η ΑΖ καταγράφει ως παρατήρηση «*Συμβόλαιο με την* […] *δεν έχει υπογραφεί ποτέ*[751]. *Υπάρχει σαν υποδειγμα στο ντοσιέ με τα συμβόλαια*»). Περαιτέρω, η ΑΖ προσκόμισε με την υποβολή της 4131/11.7.2005 το ανυπόγραφο συμβόλαιο. Το έγγραφο αυτό με τίτλο «ΜΠΥΡΑ HEINEKEN», όπως εκτίθεται ανωτέρω, αποτυπώνει όλους τους συμφωνηθέντες όρους αποκλειστικής συνεργασίας (προμηθευτής, προϊόντα προς διάθεση, παραγγελίες – παραδόσεις, καθαρή τιμή αγοράς, τρόπος πληρωμής, επιπλέον παροχές) για την περίοδο Νοεμβρίου 2001 μέχρι τέλος του 2005). Όπως προκύπτει και από τη ρητή επισήμανση σε β' πληθυντικό της ΑΖ προς το key account («*τα αποθέματα σας από μπίρα "Μύθος" θα πρέπει να εξαντληθούν μέχρι την ημερομηνία αλλαγής*»), ο αποκλεισμός της Μύθος Ζυθοποιία λόγω απαίτησης της ΑΖ στο πλαίσιο και ως προϋπόθεση για την έναρξη συνεργασίας μεταξύ των δύο επιχειρήσεων είναι ρητή απαίτηση της καθ' ης, γεγονός που αποτυπώνεται σε έγγραφη, αν και ανυπόγραφη συμφωνία που ανταλλάσσεται μεταξύ και αποτυπώνει τη σύμπτωση βουλέσεων των δυο μερών, της […] και της καθ' ης. Το σχετικό fax αποστέλλεται στην ΑΖ και τηρείται από αυτήν σε σχέση με το συγκεκριμένο πελάτη. Άλλωστε, σε οποιαδήποτε άλλη περίπτωση, η αντισυμβαλλόμενη […] δεν θα είχε οποιοδήποτε λόγο να κοινοποιεί «εσωτερικά της έγγραφα» (όπως προαναφέρθηκε, και όπως προκύπτει σαφώς από τη μορφή του, το έγγραφο συνιστά καταγραφή της συμφωνίας και όχι εσωτερικό έγγραφο της ΑΖ) στην καθ' ης (στα γραφεία της οποίας βρέθηκε η συμφωνία).

660 Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι η αποκλειστική συνεργασία των καταστημάτων « […]» με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υφίσταται από το 2001. Η ως άνω διατύπωση καταδεικνύει με σαφήνεια την επιβολή αποκλειστικότητας από την καθ' ης για το διάστημα έως και το 2005, ενώ η ανωτέρω μαρτυρία της […][752] κατατείνει στη συνέχισή της και σε μεταγενέστερο διάστημα. Επίσης, η υποχρέωση αποκλειστικότητας τηρείται και στην πράξη, καθώς για την περίοδο που ερευνήθηκε έως και το β' εξάμηνο του 2013, η εν λόγω αλυσίδα προμηθεύεται αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα ανωτέρω.

661 Και βάσει των ανωτέρω, ο ισχυρισμός της ΑΖ ότι η εταιρία […], για λόγους ομοιομορφίας του δικτύου της και για λόγους αποτελεσματικότητας, επιλέγει να συναλλάσσεται με έναν προμηθευτή και να προσφέρει στα καταστήματα του δικτύου της συγκεκριμένα προϊόντα και αυτή την υπόδειξη ενσωματώνει στην επικοινωνία του αρμόδιου τμήματός της στα καταστήματα του δικτύου και ότι στο διάστημα 2004-2008, η εταιρία είχε επιλέξει να διαθέτει […][753], για τους λόγους που αναλυτικώς ανωτέρω εκτέθηκαν δεν μπορεί να γίνει αποδεκτός ενώ υπενθυμίζεται η πάγια νομολογία σύμφωνα με την οποία, μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά και δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι

---

[751] Η ΑΖ δεν παρέσχε εξηγήσεις σε σχέση με το γεγονός της μη σύναψης έγγραφων συμβάσεων μεταξύ δύο επιχειρήσεων αυτού του μεγέθους, πρακτική η οποία επιτείνει την απαξία των συμφωνούμενων όρων αποκλειστικότητας δεδομένου ότι διευκολύνει τη συγκάλυψη των συναφών πρακτικών αποκλεισμού.

[752] […] 2012.

[753] Υποβολές της εταιρίας «[…]» υπ΄αρθμ. 4372/29.05.2009 & 6464/16.08.2013.

θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της [βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 89].

662 Σε σχέση με τον […] η ΑΖ ισχυρίζεται ότι η μόνη υποχρέωση που αναλαμβάνουν οι […] είναι να εξασφαλίσουν ότι τα καταστήματα θα έχουν διαθέσιμα στο καταναλωτικό κοινό τα εμπορικά σήματα της ΑΖ, και ότι δεν δεσμεύονται να διαθέτουν από τα καταστήματα αποκλειστικά προϊόντα μπίρας της ΑΖ. Ωστόσο, το επιχείρημα αυτό δεν μπορεί να γίνει δεκτό, ενόψει των κατά τα ανωτέρω αποδειχθέντων και δη της διατύπωσης των σχετικών όρων που είναι σαφής και ουδεμία αμφιβολία καταλείπει. Η σύμβαση αναφέρεται ρητά σε κάλυψη των αναγκών όλων των καταστημάτων σε προϊόντα ζύθου από την ΑΖ, ενώ παράλληλα προβλέπονται οι προεκτεθείσες εκπτώσεις αποκλειστικότητας και οι λοιπές παροχές. Το συμπέρασμα επαληθεύεται, δε, από άλλα συγκλίνοντα αποδεικτικά στοιχεία, μεταξύ των οποίων και το περιστατικό συγκεκριμένα αποκλεισμού της Μύθος.

663 Αντίστοιχα ισχύουν και σε σχέση με τους παρόμοιους ισχυρισμούς της καθ’ ης ως προς τις αλυσίδες του […] (αναφορικά με τα κυλικεία-καταστήματα που βρίσκονται εντός των αερολιμένων και σε άλλα σημεία πώλησης) […] σε σχέση με τα κυλικεία που η τελευταία λειτουργεί και εκμεταλλεύεται στα πλοία πλοιοκτησίας της […].

664 Ως προς την αξιολόγηση των αποδεικτικών στοιχείων, όπως προεκτέθηκε, τα αποδεικτικά στοιχεία συνδυάζονται και επαληθεύονται με άλλα συγκλίνοντα, αξιόπιστα αποδεικτικά στοιχεία, μεταξύ των οποίων και εσωτερικά έγγραφα της ίδιας της δεσπόζουσας επιχείρησης, στο πλαίσιο συνολικής στάθμισης και αξιολόγησης κατά την οποία συνεκτιμώνται όλα τα στοιχεία, αναλόγως της βαρύτητας και αξιοπιστίας τους προκειμένου να μορφωθεί άποψη περί της στοιχειοθέτησης της υπό εξέταση πρακτικής. Εν προκειμένω, τα συλλεγέντα αποδεικτικά στοιχεία και δη οι έγγραφες συμβάσεις αυξημένης αποδεικτικής ισχύος συνιστούν αξιόπιστα αποδεικτικά μέσα για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης ενώ αρκετά εξ αυτών έχουν συνταχθεί σε ανύποπτο, και σύγχρονο με τη διενέργεια των παραβατικών συμπεριφορών χρόνο, χωρίς οι συντάκτες τους να είχαν την υποψία ότι θα έπεφταν στα χέρια τρίτων προσώπων ή των διωκτικών αρχών, και έχουν επίσης αυξημένη αποδεικτική αξία κατά στην οικεία ενότητα εκτιθέμενα. Τέλος, ο ισχυρισμός της καθ’ ης[754] ότι οι συμβάσεις της περιόδου 2004-2013 δεν περιλαμβάνουν ρητή αποκλειστικότητα, υπό την έννοια της ανάληψης υποχρέωσης από την αντισυμβαλλόμενη εταιρία να προμηθεύεται και διαθέτει αποκλειστικά τα προϊόντα ζύθου της ΑΖ, είναι αβάσιμος διότι κατά τα προεκτεθέντα η διατύπωση για την καταλυτική πλειονότητα των συμβάσεων με key accounts αποδείκνυαν σαφώς τον όρο της αποκλειστικότητας ενώ για τις ελάχιστες συμβάσεις στις οποίες η καθ΄ ης προσπάθησε με λεκτική απόκλιση να καταγράψει έλλειψη αποκλειστικότητας τα στοιχεία του φακέλου καταδεικνύουν ότι οι ίδιοι όροι εξακολούθησαν να διέπουν τις μεταξύ τους σχέσεις χωρίς καμία μεταβολή στην πραγματικότητα και η συμφωνία συνέχισε να ενέχει τον όρο της αποκλειστικότητας και της εντεύθεν παρεμπόδισης της ευχέρειας του αντισυμβαλλομένου να επιλέγει άλλους προμηθευτές και η εταιρία συνέχισε να προμηθεύεται προϊόντα

---

[754] Βλ. ενδεικτικά υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014. Βλ. και δήλωση, το 2008, του […] της καθ’ ης, […], αναφορικά με τους πελάτες της εταιρίας που ανήκουν στην κατηγορία των Key Accounts (απαντήσεις που έδωσε το εν λόγω στέλεχος σε ερωτηματολόγιο που υπεβλήθη στο πλαίσιο διενέργειας επιτόπιας έρευνας της Ε.Α. κατά την 21.07.2008): « […]».

της καθ΄ης κατά 100%[755].

665 Βάσει της ιδιαίτερης ευθύνης της δεσπόζουσας επιχείρησης, δεν μπορεί να θεωρείται ότι μία τεχνική λεκτικής απόκλισης μπορεί να αποσείσει την ευθύνη της ή την υποχρέωσή της να μην συνάπτει συμφωνίες αποκλειστικότητας, να μην επιβάλει σχετικούς όρους ή όρους ισοδυνάμου αποτελέσματος και να μην παρεμποδίζει με οποιονδήποτε τρόπο που δεν συνιστά αξιοκρατικό ανταγωνισμό την είσοδο και την ανάπτυξη των ανταγωνιστών της στην αγορά.

666 Τέλος, η ΑΖ αναφέρεται από κοινού στις περιπτώσεις των key accounts […]. Σε σχέση με το βασικό της επιχείρημα ότι επρόκειτο για υποχρέωση διαθεσιμότητας (availability agreements), η οποία αντανακλά την «αυτονόητη ανάγκη να υπάρχουν τα διαφημιζόμενα προϊόντα διαθέσιμα στον χώρο διαφήμισης», ισχύουν τα ανωτέρω αναφερόμενα, με την επιπλέον παρατήρηση ότι δεν προκύπτει η παροχή διαφημιστικών υπηρεσιών ως βασική συμφωνούμενη παροχή και δεν θα μπορούσε ούτως ή άλλως να θεωρηθεί ότι ανταλλάγματα αυτής της τάξεως παρέχονται για μία αυτονόητη[756] ανάγκη απλής διάθεσης από την εταιρία του διαφημιζόμενου προϊόντος. Πολλώ δε μάλλον που ακόμη και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι οι εν λόγω (αφ' εαυτών, δε, καταχρηστικές βάσει των χαρακτηριστικών τους κατά τα εδώ εκτιθέμενα) υπέρογκες παροχές χορηγούνταν για λόγους απλής διαθεσιμότητας των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης, δεδομένου ότι όπως παρακάτω εκτίθεται, τέτοιας μορφής, βαθμού και έκτασης παροχές δεν θα μπορούσαν να χορηγηθούν από άλλους ανταγωνιστές, και πάλι θα γινόταν δεκτό ότι οδηγούσαν σε αποκλειστικότητα (αποκλειστική διαθεσιμότητα των σημάτων της δεσπόζουσας επιχείρησης).

667 Το γεγονός ότι στο πολυπληθές και σύνθετο αυτό πλαίσιο συμβάσεων που καλύπτει τόσο μακροχρόνια περίοδο, η μόνη, σχεδόν, εξαίρεση που ενδέχεται να υπάρχει, με την ανοχή ή την άγνοια της ΑΖ είναι ότι επιβίωσε για ένα μικρό χρονικό διάστημα προμήθεια κάποιου ανταγωνιστικού προϊόντος στην περίπτωση [...], και γρήγορα αποσύρθηκε μετά από την καταγγελθείσα πίεση της ΑΖ, επιρρωνύει και επαληθεύει τις ανωτέρω διαπιστώσεις. Η κάλυψη των αλυσίδων με αποκλειστικότητες προκύπτει εύγλωττα από τον Πίνακα 1 του Παραρτήματος 1. Το δε επιχείρημα που προσπαθεί να αντλήσει η καθ' ης από την περίπτωση της επιχείρησης εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου […], περί του ότι δήθεν διαθέτει προϊόντα της ΑΖ, κατά τη διάρκεια της συμβατικής περιόδου, σε ποσοστό μόνο 70%, είναι καθόλα εσφαλμένο δεδομένου ότι το έγγραφο της 09.02. 2004 παρακολουθεί τη διείσδυση ανταγωνιστικών σημάτων της προηγούμενης περιόδου ενώ η σύμβαση με την […] είναι της […] (διάρκειας […]).

---

[755] Βλ. Παράρτημα 1 Πίνακας 1, όπου φαίνεται ότι το ποσοστο αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναικής Ζυθοποιίας σε σχέση με το συνολικές αγορές προιόντων ζύθου στις εν λόγω αλυσίδες είναι 100%.

[756] Πρβλ. επικαλούμενη από την ΑΖ ένορκη βεβαίωση του […] στην υπ΄ αριθ. 15633/2014 ο οποίος, παρότι επιχειρεί να διαψεύσει τη σύναψη όρων αποκλειστικότητας, αναγνωρίζει ότι: «*Η διαθεσιμότητα από τα καταστήματά μας των προϊόντων της ΑΖ είναι αυτονόητη με δεδομένη τη συμφωνία μας να παρέχουμε υπηρεσίες για προωθητικές ενέργειες και προβολές των σημάτων της. Δεν θα ήταν δυνατόν να υπάρχει σηματοποίηση του χώρου και να μην είναι διαθέσιμα τα προϊόντα στο κατάστημα*».

668 Το επιχείρημα της ΑΖ ότι δεν υφίσταται ρητή ανάληψη υποχρέωσης αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης, και δεν μπορεί να νοηθεί ως ισοδύναμος όρος η υποχρέωση που αναλαμβάνει η ΑΖ να καλύπτει τις ανάγκες των καταστημάτων σε προϊόντα της επειδή ο σχετικός συμβατικός όρος δημιουργεί απαίτηση της αντισυμβαλλόμενης επιχείρησης για εκτέλεση των παραγγελιών που υποβάλλονται στην ΑΖ, ανάλογα και σύμφωνα με τις εκάστοτε ανάγκες του δικτύου της και όχι αντίστροφη υποχρέωσή της, δεν μπορεί να γίνει δεκτό για τους ανωτέρω εκτεθέντες λόγους.

669 Σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ για το ενημερωτικό σημείωμα που επισυνάπτεται στο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με ημερομηνία 09.02.2004, περί του ότι το αρμόδιο τμήμα της ΑΖ αποτυπώνει την πραγματικότητα, και οι δε αναφορές που κάνει στις ξενοδοχειακές και άλλες επιχειρήσεις («*target status*») αποτελούν επιθυμητούς στόχους του υπογράφοντος, από υπερβάλλοντα ζήλο δεν μπορεί βεβαίως να γίνει αποδεκτό, αφενός γιατί λαμβάνει γνώση η προϊσταμένη του αντίστοιχου τμήματος της ΑΖ, αφετέρου διότι θα ήταν ούτως ή άλλως αλυσιτελές δεδομένου ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση οφείλει να αποτρέπει αντίστοιχες συμπεριφορές και δεν μπορεί να αποσείσει την ευθύνη της προβάλλοντας την προσωπική ευθύνη ενός υπαλλήλου και τρίτον υπό το φως του πλήθους όχι μόνο των μεγάλης αποδεικτικής αξίας συγκλινόντων στοιχείων αλλά και των ατομικών λαθών υπαλλήλων που υποστηρίζει ότι έλαβαν χώρα από παρερμηνεία ή με ανάληψη ατομικής πρωτοβουλίας.

670 Ως προς τον ισχυρισμό της ΑΖ στο από 04.03.2015 υπόμνημά της για την περίπτωση της […], περί του ότι συμφωνία με τέτοιας έκτασης περιοριστικούς όρους δεν θα μπορούσε να έχει συμφωνηθεί μεταξύ στελεχών μεσαίας βαθμίδας στη διοικητική ιεραρχία των επιχειρήσεων καταρρίπτεται αφενός δεδομένου ότι αυτού του τύπου οι συμφωνίες – αποκλειστικότητας - κατά τα προεκτεθέντα αποτελούν γενικευμένη, και πάγια πρακτική της ΑΖ, σε όλα τα επίπεδα και μάλιστα τόσο με έγγραφες όσο και με προφορικές συμφωνίες, στο βαθμό που να αποκλείεται ο (αλυσιτελώς προβαλλόμενος) ισχυρισμός της μη γνώσης της διοικητικής ιεραρχίας της επιχείρησης και αφετέρου λόγω της ρητής αναγραφής στο έγγραφο της ΑΖ του στόχου (ο οποίος επετεύχθη) της επίτευξης 100% από 66% σε προϊόντα ζύθου ΑΖ.

671 Σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ για τους Κινηματογράφους « […]», αρκεί να επισημανθεί ότι η όποια τυχόν παράλληλη σύναψη συμφωνίας διαφημιστικής προβολής των προϊόντων της ΑΖ στις αίθουσες κινηματογράφων, ουδεμία έννομη επιρροή μπορεί να ασκήσει στην συμφωνία αποκλειστικότητας που στοιχειοθετείται κατά τα ανωτέρω και η οποία απαγορεύεται.

672 Σε σχέση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ (passim, ιδίως υπόμνημα 04.03.2014, ενότητα Δ.3 επ.) περί του ότι ακόμη και εάν ερμηνευθούν ως συμβάσεις αποκλειστικής προμήθειας, από αυτές τις συμβάσεις της ΑΖ δεν μπορούσε να προκληθεί, και δεν προκλήθηκε κανένα αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην αγορά, και περί του ότι οι συμβάσεις αυτές καλύπτουν ελάχιστο τμήμα των συνολικών πωλήσεων της ΑΖ στην κρύα αγορά και της κρύας αγοράς στο σύνολό της, αυτοί αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλονται για τους λόγους που εκτίθενται εν συνεχεία (και, αναλυτικότερα, στην οικεία ενότητα περί της νομικής αντιμετώπισης των συμφωνιών αποκλειστικότητας – με ή χωρίς ανταλλάγματα). Πιο συγκεκριμένα, σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ ότι εάν ήθελε συναχθεί ότι ορισμένες συμβάσεις περιείχαν όρους αποκλειστικής προμήθειας ή άλλως επέβαλαν υποχρέωση στις αντισυμβαλλόμενες επιχειρήσεις να καλύψουν το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους σε προϊόντα ζύθου της ΑΖ, η ΓΔΑ όφειλε να διερευνήσει εάν οι συμβάσεις αυτές ήταν ικανές να επιφέρουν αποτελέσματα

στεγανοποίησης της αγοράς, αντιθέτως με τα προβαλλόμενα από την ΑΖ, κατά πάγια ενωσιακή και εθνική νομολογία[757] κάτι τέτοιο κατηγορηματικά δεν απαιτείται. Ειδικότερα, όπως εκτίθεται αναλυτικά στην οικεία ενότητα, κατά πάγια νομολογία, το γεγονός ότι μία επιχείρηση που βρίσκεται σε δεσπόζουσα θέση δεσμεύει, έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους, τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής (κατά την έννοια του άρθρου 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011, και 102 ΣΛΕΕ), είτε η εν λόγω υποχρέωση συνομολογείται άνευ ετέρου είτε έχει ως αντάλλαγμα την παροχή εκπτώσεων.

673 Όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, η σύναψη συμβάσεων αποκλειστικού εφοδιασμού που αφορά σημαντικό ποσοστό των αγορών συνιστά ανεπίτρεπτο εμπόδιο για την είσοδο στην αγορά αυτή[758]. Συγκεκριμένα, σε μια τέτοια περίπτωση, η αποκλειστικότητα όσον αφορά τον εφοδιασμό έχει ως αποτέλεσμα να πλήττεται ακόμη περισσότερο η ανταγωνιστική δομή της αγοράς. Επομένως, σύμφωνα με πάγια νομολογία, καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσεως συνιστά κάθε δέσμευση αποκλειστικού εφοδιασμού έναντι της επιχειρήσεως που κατέχει τη δεσπόζουσα θέση[759].

674 Κατά συνέπεια, η επιβολή υποχρεώσεων αποκλειστικότητας από μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και των αντίστοιχων εθνικών διατάξεων και μία δεσπόζουσα επιχείρηση η οποία δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της, σύμφωνα με τις διατάξεις αυτές, ανεξαρτήτως του αν η εν λόγω αποκλειστικότητα συμφωνήθηκε χωρίς περαιτέρω παροχές ή σε αντάλλαγμα χορηγούμενης έκπτωσης[760]. Κατά πάγια νομολογία, οι ρήτρες αποκλειστικής αγοράς, όταν επιβάλλονται από δεσπόζουσες επιχειρήσεις, από τη φύση τους κατατείνουν στη διατήρηση ή/και ενίσχυση του δεσμού εξάρτησης που υφίσταται μεταξύ της

---

[757] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, απόφαση ΠΕΚ της 01.04.1993, BPB Industries Plc και British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, υπόθεση T-65/89, Συλλ. II 389, σκ. 68, απόφαση Hoffmann La Roche, προπαρατ., σκ. 89 και απόφαση ΔΕΚ της 03.07.1991, C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. I-3359, σκ. 149.

[758] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 90, απόφαση BPB Industries και British Gypsum του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψεις 65 έως 68, Προτάσεις του ΓΕ Ruiz-Jarabo Colomer της 01.04.2008 στις συνεκδ. υποθέσεις C 468/06 έως C 478/06, Σωτ. Λέλος και Σία ΕΕ κ.ά. κατά GlaxoSmithKline ΑΕΒΕ Φαρμακευτικών Προϊόντων, παρ. 56 επ., με παραπομπή στην εν λόγω απόφαση: *«Μέχρι τώρα, το Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει τρεις πρακτικές επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση, οι οποίες οδηγούσαν αναπόφευκτα σε κατάχρηση της ισχύος των επιχειρήσεων αυτών στην αγορά και για τη δικαιολόγηση των οποίων δεν φαίνεται να δέχεται κανένα αποδεικτικό στοιχείο. Στις πρακτικές αυτές κρίθηκε ότι εμπίπτει η υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας που επιβάλλει η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση στους αγοραστές, τόσο αν επιβλήθηκε άνευ ετέρου όσο και αν συμφωνήθηκε ως αντάλλαγμα για την παροχή εκπτώσεων».*

[759] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 90, απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 71 ανωτέρω, σκέψεις 120, 121 και 123, απόφαση BPB Industries και British Gypsum του Δικαστηρίου, σκέψη 89 ανωτέρω, σκέψη 11, και προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Léger στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση αυτή, σκέψη 89 ανωτέρω, σημεία 46 και 47.

[760] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 89, ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 149, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 68, και ΠΕΚ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 160.

δεσπόζουσας επιχείρησης και των πελατών της. Τέτοιου είδους υποχρεώσεις παρεμποδίζουν τον αγοραστή να επιλέξει τις πηγές εφοδιασμού του, δυσχεραίνουν την πρόσβαση νέων ανταγωνιστών στη βαθμίδα του προμηθευτή, αποτρέπουν την περαιτέρω επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών και επιτρέπουν στη δεσπόζουσα επιχείρηση να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά[761].

675 Επομένως, οι ρήτρες αποκλειστικότητας από τη φύση τους έχουν τη δυνατότητα αποκλεισμού[762], χωρίς να απαιτείται να αποδειχθεί ο πραγματικός αντίκτυπος των εν λόγω πρακτικών στην αγορά[763]. Δεν απαιτείται, συνεπώς, σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ, να αποδειχθεί αν ο σκοπούμενος αποκλεισμός των ανταγωνιστών όντως έλαβε χώρα, ποιο είναι το ποσοστό της αγοράς που δεσμεύεται από τις υπό εξέταση ρήτρες αποκλειστικότητας, αν δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και επέκταση στην αγορά μελλοντικών ή υφιστάμενων ανταγωνιστών κ.λπ.[764].

676 Παρεμπιπτόντως, σε σχέση με τον αλυσιτελώς, κατά τα ανωτέρω, προβαλλόμενο ισχυρισμό περί του ότι με βάση τους Πίνακες του Παραρτήματος 1 (τα οποία προκύπτουν από τα στοιχεία που χορήγησε η ΑΖ) προκύπτει ότι διαχρονικά οι συνολικές πωλήσεις της ΑΖ στους πελάτες αυτούς σε αξία όγκου αγορών δήθεν αντιστοιχούσαν ετησίως σε ποσοστό [0-5]% ή μικρότερο από [0-5]% επί των συνολικών πωλήσεών της στην κρύα αγορά, επισημαίνεται επιπλέον ως προς το ποσοστό των τελικών σημείων (στο οποίο η ΑΖ κατατάσσει τα καταστήματα key accounts) ότι, με βάση τα στοιχεία της έρευνας της […] για λογαριασμό της ΑΖ («Έρευνα Διαθεσιμότητας Μαρκών Μπύρας Σε Καταστήματα ON PREMISE», Μάρτιος 2014) που προσκομίζει η ίδια η ΑΖ, σε δείγμα […] καταστημάτων, το [5-15]% δηλώνει αποκλειστική διάθεση μαρκών μπίρας ΑΖ (και μάλιστα, συνάγεται, κατά 100%, χωρίς να υπολογίζονται τα καταστήματα που έχουν οιονεί αποκλειστικότητα - >80%). Αντίστοιχα συμπεράσματα μπορεί να συναχθούν και εκ του γεγονότος ότι λαμβάνοντας υπόψη ότι, όπως προκύπτει από την ίδια έρευνα, τα […] πρώτα σε διαθεσιμότητα σήματα μπίρας στα καταστήματα που συνεργάζονται με την ΑΖ είναι της Αθηναϊκής, και από τα 10 πρώτα σε διαθεσιμότητα σήματα μπίρας στα καταστήματα αυτά, τα οποία μάλιστα έχουν κατά μέσο όρο διαθεσιμότητα 10 μαρκών μπίρας συνολικά, τα τουλάχιστον […] από αυτά είναι ομοίως της ΑΖ ([…])[765].

---

[761] Βλ. ενδεικτικά ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 208-209, ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. ΙΙ-389, σκ. 65 επ., ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. Ι-3359, σκ. 149 και ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 80 και 89 επ., C-393/92 Δήμος του Almelo (προδικαστικό ερώτημα), σκ. 44, απόφαση Ευρ. Επιτροπής 91/299/ΕΟΚ, ό.π., παρ. 57, απόφαση ΕΑ (Ολομ.) 520/VI/2011, παρ. 192 επ. Η επιβολή ρητρών αποκλειστικότητας και η παροχή εκπτώσεων αποκλειστικότητας ή αφοσίωσης οδηγεί ταυτόχρονα τόσο σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών όσο και σε διάκριση μεταξύ των πελατών της δεσπόζουσας επιχείρησης βάσει αποκλειστικότητας.

[762] Βλ. Απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 29.03.2006, υπόθεση COMP 38113 Prokent-Tomra, 2008/C 219/12 (περίληψη), ιδίως παρ. 290 «Οι υποχρεώσεις αποκλειστικότητας επειδή επιβάλλουν στους πελάτες να προμηθευτούν όλη ή σημαντικό μέρος της ζήτησής τους από τον δεσπόζοντα προμηθευτή, έχουν εκ φύσεως δυνατότητα αποκλεισμού».

[763] Βλ. απόφαση ΓενΔικ υπόθ. T-155/06 Tomra Systems ASA, Tomra Europe AS, Tomra Systems GmbH, Tomra Systems BV, Tomra Leergutsysteme GmbH, Tomra Systems AB και Tomra Butikksystemer AS κατά Επιτροπής *(Tomra)*, σκ. 287-290.

[764] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. ΙΙ-389, σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 P BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1995, σ. Ι-5077, σκ. 11, σχετικές Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Léger, Συλλ. 1995, σ. Ι-865, σκ. 44-47 και ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 194.

[765] Συναφώς μάλιστα, όπως αναγνώρισε στην κατάθεσή του κατά τη συνεδρίαση ΕΑ της 31.03.2014 ο μάρτυρας της ΑΖ,

677 Ωστόσο, σε κάθε περίπτωση, το ποσοστό αυτό των αποκλειστικών καταστημάτων διπλασιάζεται λαμβάνοντας υπόψη ότι από το από 14.03.2014 υπόμνημά της ίδιας της ΑΖ (σ. 11) προκύπτει από το δείγμα […] τελικών σημείων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο που προσκόμισε η καθ' ης ότι το […]% εξ αυτών ([…]) διαθέτουν στο κατάστημά τους *μόνο* προϊόντα ζύθου της καθ' ης. Και μάλιστα, συνάγεται, κατά 100%, χωρίς να υπολογίζονται το μεγάλο πλήθος καταστημάτων που έχουν σήματα της καθ' ης σε ποσοστό άνω του 80%, περί του οποίου δεν ερωτήθηκαν. Επιπλέον, ακολουθώντας τις απόψεις της καθ' ης περί του ότι τα τελικά σημεία πώλησης ανταγωνίζονται ευθέως τις οργανωμένες αλυσίδες, η ΑΖ κακώς αξιολογεί τα key accounts χωριστά από τα τελικά σημεία των οποίων ο αριθμός πρέπει να αποτυπωθεί από κοινού με τα key accounts. Άλλωστε, όπως κρίθηκε στην απόφαση ΕΑ 520/2011 Tasty (σκ. 291 επ.), οι αλυσίδες καταστήματων στα key accounts [«ειδικά κανάλια»] αντιστοιχούν, ούτως ή άλλως, σε μεγάλο αριθμό τελικών σημείων πώλησης που συνιστά σημαντικό και επώνυμο κομμάτι της διάθεσης των σχετικών προϊόντων. Η δε σημασία τους για τον ανταγωνισμό στην αγορά (παρότι δεν απαιτείται να καταδειχθεί σε σχέση με τις per se απαγορευόμενες αποκλειστικότητες / εκπτώσεις αποκλειστικότητας) δεν αντικατοπτρίζεται μόνο στο ύψος των πωλήσεων που πραγματοποιούν, αλλά και στην ευρεία κάλυψη που παρέχουν και στη φήμη που συνδέεται με το σήμα τους και το επίπεδο υπηρεσιών τους. Εν πάση περιπτώσει, όσον αφορά στην εφαρμογή των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, υπογραμμίζεται ότι οι ισχυρισμοί της ΑΖ ότι οι επίμαχες συμφωνίες είναι λίγες, ότι δεν δεσμεύουν σημαντικό μέρος της συνολικής αγοράς και ότι, ως εκ τούτου, δεν μπορούν να εμποδίσουν πράγματι τη λειτουργία του ανταγωνισμού, προβάλλονται αλυσιτελώς, δεδομένου ότι, όπως αναλύεται διεξοδικά εν συνεχεία, δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι η οικεία καταχρηστική συμπεριφορά επέφερε συγκεκριμένα ή άμεσα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα στην αγορά[766].

678 Επιπλέον αλυσιτελώς προβάλλεται το επιχείρημα περί μικρής χρονικής διάρκειας των συμβάσεων, βάσει των ανωτέρω και ιδίως της πάγιας νομολογίας που ορίζει ότι οι υποχρεώσεις αποκλειστικότητας έχουν εκ φύσεως δυνατότητα αποκλεισμού. Όλως εκ περισσού επισημαίνεται πάντως ότι όπως και ανωτέρω εκτέθηκε, κατά κανόνα οι περί ων συμφωνίες είναι διαδοχικά συναπτόμενες και καλύπτουν αδιαλείπτως και επαναλαμβανόμενα πολύ σημαντικά χρονικά διαστήματα, γεγονός που επιτείνει τα παρεμποδιστικά τους αποτελέσματα. Εξάλλου γίνεται δεκτό ότι κίνητρο για τους πελάτες, ώστε να καλύπτουν εξ ολοκλήρου ή σχεδόν εξολοκλήρου τις ανάγκες τους από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, εξακολουθεί να υφίσταται ενόσω η επιχείρηση αυτή χορηγεί εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας, ανεξαρτήτως του αν έχει συναφθεί σύμβαση μεγάλης διάρκειας ή πλείονες διαδοχικές μικρότερης διάρκειας[767].

[…] είναι πολύ πιθανόν τα μικρότερα σήματα να μην αναφέρονται καν από τους σερβιτόρους, Συνεπώς, μειώνεται και εξ αυτού η αυθόρμητη ζήτησή τους.

[766] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 35, καθώς και ΓενΔΕΕ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (curia), σκ. 287-290. Βλ. επίσης Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 P BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1995, σ. I-5077, σκ. 11, σχετικές Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Léger, Συλλ. 1995, σ. I-865, σκ. 44-47 και ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 194.

[767] ΓενΔΕΕ T-286/09 της 12.06.2014, Intel Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 113.

679 Συμπερασματικώς, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής Ανταγωνισμού η καθ' καταχράστηκε τη δεσπόζουσα θέση της με τη σύναψη συμφωνιών αποκλειστικότητας με αλυσίδες μαζικής εστίασης και άλλα τελικά σημεία, κατά τα προεκτεθέντα. Οι ρήτρες αποκλειστικότητας αυτές από τη φύση τους έχουν τη δυνατότητα αποκλεισμού, και δεν απαιτείται να αποδειχθεί ο πραγματικός αντίκτυπος των εν λόγω πρακτικών στην αγορά. Δεν απαιτείται, συνεπώς, να αποδειχθεί αν ο σκοπούμενος αποκλεισμός των ανταγωνιστών όντως έλαβε χώρα, ποιο είναι το ποσοστό της αγοράς που δεσμεύεται από τις υπό εξέταση ρήτρες αποκλειστικότητας, αν δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και επέκταση στην αγορά μελλοντικών ή υφιστάμενων ανταγωνιστών διότι, λόγω ακριβώς της δεσπόζουσας θέσης που κατέχει ο προμηθευτής, ο ανταγωνισμός στην εν λόγω αγορά είναι ήδη περιορισμένος και η δομή αυτής μη φυσιολογική[768].

Ειδικότερα επί των απόψεων της καθ' ης για τις εκπτώσεις αποκλειστικότητας και την επικαλούμενη ανάγκη απόδειξης των αντιανταγωνιστικών αποτελεσμάτων

680 Η καθ' ης, σε σχέση με τις συμφωνούμενες εκπτώσεις πίστης έναντι αποκλειστικότητας (ενότητα Ε υπομνήματος ΑΖ 04.03.2014) ισχυρίζεται ιδίως ότι λόγοι αποτελεσματικότητας, ομοιομορφίας στην εικόνα του δικτύου και περιορισμού του διαχειριστικού κόστους υπαγορεύουν στις επιχειρήσεις της κατηγορίας key accounts την απόφαση να συναλλάσσονται ενίοτε με έναν μόνο προμηθευτή, σε όλες τις κατηγορίες των προϊόντων που διαθέτουν προς πώληση στο καταναλωτικό κοινό και παραπέμπει στα χαρακτηριστικά των «ειδικών αγορών» και στην Έκθεση του πραγματογνώμονά της (Κεφ. 2), καθώς και σε δηλώσεις των εκπροσώπων πολλών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς του χώρου ταχείας εστίασης […]. Συναφώς πρέπει να επισημανθεί κατ' αρχάς ότι το επιχείρημα ότι το κόστος διαχείρισης, μπορεί να μειώνεται σημαντικά και να συντρέχουν λόγοι αποτελεσματικότητας όταν η προμήθεια γίνεται από έναν μόνο προμηθευτή προσδίδει ακόμη μεγαλύτερη σημασία στη δυνατότητά του να επιλέγει εντελώς ελεύθερα μεταξύ των ανταγωνιστικών προμηθευτών, και άρα υπογραμμίζει την ειδική ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης να μην προβαίνει σε πρακτικές που μπορούν εκ φύσεως να οδηγήσουν σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Συνεπώς, το σχετικό επιχείρημα της ΑΖ οδηγεί a fortiori, αντίθετα με τους ισχυρισμούς της, σε επίταση της ευθύνης της.

681 Σε κάθε περίπτωση, δοθέντων όλων εν γένει των σημαντικής αποδεικτικής ισχύος στοιχείων και ιδίως των ανωτέρω εκτεθεισών ρητρών αποκλειστικότητας (που συνοδεύονται, επιπλέον, και από ισχυρά οικονομικά ανταλλάγματα), το επιχείρημα ότι αποτελεί επιλογή των πελατών που υπαγορεύεται από δικαιολογημένα επιχειρηματικά και οικονομικά κριτήρια κρίνεται ότι αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλεται.

---

[768] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. ΙΙ-389, σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 P BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1995, σ. Ι-5077, σκ. 11, σχετικές Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Léger, Συλλ. 1995, σ. Ι-865, σκ. 44-47 και ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 194.

682 Εν συνεχεία, η AZ υποστηρίζει ότι οι εκπτώσεις στα key accounts δεν παρέχονται έναντι αποκλειστικότητας. Κατά την κρίση της Επιτροπής, ο ισχυρισμός αυτός αβασίμως προβάλλεται αφενός διότι η σύνδεση μεταξύ των εκπτώσεων και της αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων AZ στοιχειοθετείται επαρκώς κατά τα ανωτέρω και αφετέρου διότι οι εκπτώσεις και οι παροχές αυτές συνιστούν αφ' εαυτών απαγορευμένες εκπτώσεις πίστης με βάση τα όσα εκτέθηκαν στα οικεία σημεία[769].

683 Κατά την AZ, ο όρος που απαντάται σε συμβάσεις της AZ (ιδίως με τις εταιρίες […]), στον οποίο ορίζεται ότι η AZ θα παρέχει τις συμφωνούμενες εκπτώσεις «*έναντι της υπό άρθρο 1 υποχρέωσης*» της αντισυμβαλλόμενης, ή «*σαν αντάλλαγμα*» αναφέρεται σε αυτό που αποκαλεί η AZ υποχρέωση διαθεσιμότητας. Ωστόσο, με βάση τη διατύπωση και το πλαίσιο των συμφωνιών καθώς και όλα τα προεκτεθέντα στοιχεία, ο ισχυρισμός αυτός δεν μπορεί να γίνει δεκτός και είναι σαφές ότι οι εν λόγω εκπτώσεις και παροχές συμφωνούνται ως αντάλλαγμα έναντι αποκλειστικότητας. Πέραν αυτού, κατά τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα, οι εν λόγω εκπτώσεις συνιστούν αφ' εαυτών απαγορευμένα συστήματα εκπτώσεων πίστης.

684 Επιπλέον, σε σχέση με τις δηλώσεις των αντισυμβαλλομένων για τις οποίες ισχύουν όσα ανωτέρω αναφέρθηκαν, αρκεί εδώ να επισημανθούν τα ακόλουθα: α) Το ότι οι εκπτώσεις που συμφωνούνται με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ είναι «εύλογες» (εννοείται ικανοποιητικές για τους αντισυμβαλλόμενους), ή είναι αποτέλεσμα διαπραγμάτευσης, έστω σε κάποιο βαθμό, δεν αίρει τον καταχρηστικό χαρακτήρα τους ως εκπτώσεων αποκλειστικότητας ούτε αναιρεί τη συνεπαγόμενη διακριτική μεταχείριση. Σε σχέση με το ότι μπορεί να είναι συνήθης πρακτική της αγοράς, αυτό το επιχείρημα όλως αλυσιτελώς προβάλλεται με δεδομένα τα όσα προαναφέρθηκαν για την ειδική ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης.

685 Επισημαίνεται στο σημείο αυτό ότι, όπως έκρινε το Δικαστήριο στην υπόθεση Intel[770], οι εκπτώσεις για τη χορήγηση των οποίων τίθεται ως προϋπόθεση να καλύπτει ο πελάτης σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών του από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση (όρος που χρησιμοποιείται και για τις εκπτώσεις που δεν συναρτώνται από υποχρέωση αποκλειστικού εφοδιασμού σε ποσοστό 100 %, αλλά από την προϋπόθεση ότι πελάτης θα καλύπτει σημαντικό μέρος των αναγκών από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση) είναι εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας που εφόσον χορηγούνται από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση είναι ασύμβατες με τον σκοπό της διατηρήσεως ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά. Και τούτο, διότι δεν στηρίζονται —πλην εξαιρέσεων— σε οικονομική παροχή που να δικαιολογεί τη χορήγηση του εν λόγω πλεονεκτήματος, αλλά αποσκοπούν στην εξάλειψη ή τον περιορισμό της δυνατότητας του αγοραστή να επιλέγει τις πηγές εφοδιασμού του και στην παρεμπόδιση της εισόδου άλλων παραγωγών στην αγορά (βλ., συναφώς, απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 90, και απόφαση Tomra του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψη 209). Συγκεκριμένα, με τις

---

[769] Μάλιστα, εκ περισσού παρατηρείται ότι το επιχείρημα της AZ ότι αυτές οι πολύ σημαντικές εκπτώσεις παρέχονταν απλώς για να έχουν οι αλυσίδες διαθέσιμα τα προϊόντα της AZ στα καταστήματά τους, συνδυαζόμενο με τον ισχυρισμό της ιδίας ότι αποτελεί συνήθη επιλογή των αλυσίδων να έχουν *ένα μόνο* προμηθευτή, οδηγεί, επίσης, νομοτελειακά στο συμπέρασμα ότι η αμοιβή παρέχεται για αποκλειστικότητα.

[770] Ό.π., σκ. 76 επ.

εκπτώσεις αυτές επιδιώκεται, μέσω της χορηγήσεως οικονομικών πλεονεκτημάτων, η παρεμπόδιση του εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς (απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 90, και απόφαση Tomra του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψη 210).

686 Εν προκειμένω, οι παροχές που χορηγούνται κατά τα ανωτέρω σε μία έκαστη αλυσίδα εστίασης με βάση τις προεκτεθείσες συμβάσεις φέρουν τα ανωτέρω χαρακτηριστικά και συναποτελούν εκπτωτικά συστήματα αποκλειστικότητας. Αντιθέτως, δε, προς ό,τι διατείνεται η καθ' ης, ο χαρακτηρισμός των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας ως καταχρηστικών δεν προϋποθέτει ανάλυση των περιστάσεων της υποθέσεως, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν αυτές θα είχαν ως συνέπεια τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά[771]. Αντιθέτως, όπως προκύπτει από την απόφαση Hoffmann-La Roche (προπαρατεθείσα, σκ. 89 και 90), συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσεως, εφόσον η χορήγησή τους δεν είναι αντικειμενικά δικαιολογημένη, χωρίς να απαιτείται να αποδειχθεί δυνατότητα περιορισμού του ανταγωνισμού βάσει των περιστάσεων της υποθέσεως.

687 Βάσει των ανωτέρω, αβασίμως προβάλλεται (μεταξύ άλλων στην ενότητα Ε.4. του_από 04.03.2014 υπομνήματος ΑΖ ότι απαιτείται αξιολόγηση ως προς το εάν μία εκπτωτική/τιμολογιακή πρακτική με αυτά τα χαρακτηριστικά είναι ικανή να λειτουργήσει ως κίνητρο του πελάτη να εφοδιάζεται αποκλειστικά ή κυρίως από μια επιχείρηση και, επομένως, να επιφέρει αποτέλεσμα εκτοπισμού των ανταγωνιστών και ότι απαιτείται εκτίμηση του συνόλου των περιστατικών και ενδελεχής οικονομική ανάλυση των αποτελεσμάτων για να καταδειχθεί εάν δημιουργούν κίνητρο πίστης και εάν ήταν ικανές να προκαλέσουν αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό. Κατά την πάγια προεκτεθείσα νομολογία, κανένα τα παραπάνω κριτήρια δεν εφαρμόζονται σε εκπτώσεις αποκλειστικότητας με τα εν λόγω χαρακτηριστικά, ούτε βεβαίως εφαρμόζεται το τεστ του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή.

688 Σε σχέση με τα προεκτεθέντα επιχειρήματα της ΑΖ για τις εκπτώσεις πρέπει επίσης να υπογραμμισθεί ότι όπως έκρινε το Δικαστήριο στην υπόθεση Intel[772], αφενός, επί του επιχειρήματος ότι δεν είχαν επιβληθεί ρητές ή δεσμευτικές υποχρεώσεις αποκλειστικότητας, πέραν του ότι απεδείχθη ότι είχαν επιβληθεί τέτοιες, ωστόσο, από αυτή την απόφαση όπως και την απόφαση Hoffmann-La Roche, (σκέψη 89), προκύπτει ότι η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση καταχράται τη θέση αυτή εάν εφαρμόζει σύστημα εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας ακόμη και «χωρίς να επιβάλλει ρητώς υποχρεώσεις». Συναφώς, το αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού κίνητρο που απορρέει από τις εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας δεν είναι αναγκαία αποτέλεσμα της ρητής επιβολής υποχρεώσεως αποκλειστικού ή σχεδόν αποκλειστικού εφοδιασμού από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, αλλά των οικονομικών πλεονεκτημάτων που αποφέρουν ή των οικονομικών μειονεκτημάτων που αποτρέπουν οι αγορές αυτές και αρκεί η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να υποδεικνύει κατά τρόπο αξιόπιστο στον πελάτη της ότι η χορήγηση οικονομικού οφέλους εξαρτάται από τον αποκλειστικό ή σχεδόν αποκλειστικό εφοδιασμό του από αυτή.

689 Αφετέρου, όσον αφορά τη σημασία του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή για τις

---

[771] Ό.π., σκ. 80.
[772] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 106.

εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας, τονίζονται τα εξής[773]. Ο χαρακτηρισμός των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας ως καταχρηστικών δεν προϋποθέτει ανάλυση των περιστάσεων της υποθέσεως ενώ, ακόμη και στην περίπτωση των εκπτώσεων της τρίτης κατηγορίας, ως προς τις οποίες απαιτείται εξέταση των περιστάσεων της συγκεκριμένης υποθέσεως, δεν είναι απαραίτητη η εφαρμογή του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή (συγκεκριμένα, με την απόφαση Michelin I, σκ. 81 έως 86-, το Δικαστήριο στηρίχθηκε στο γεγονός ότι επρόκειτο για μηχανισμό προσελκύσεως πιστών πελατών, χωρίς να απαιτήσει να αποδειχθεί, διά της εφαρμογής ποσοτικού κριτηρίου, ότι οι ανταγωνιστές ήταν αναγκασμένοι να πωλούν επί ζημία, προκειμένου να αντισταθμίσουν τις εκπτώσεις που εμπίπτουν στην τρίτη κατηγορία και τις οποίες χορηγούσε η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση). Εξάλλου, από την απόφαση Tomra του Δικαστηρίου, (σκέψεις 73 και 74), προκύπτει ότι, για να διαπιστωθεί η πρόκληση αποτελεσμάτων αντίθετων προς τους κανόνες του ανταγωνισμού, δεν είναι απαραίτητο το σύστημα εκπτώσεων να έχει υποχρεώσει έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή να χρεώνει αρνητικές τιμές, δηλαδή τιμές κάτω του κόστους. Για να διαπιστωθεί το αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού δυνητικό αποτέλεσμα, αρκεί να αποδειχθεί η ύπαρξη μηχανισμού πιστών πελατών (βλ., συναφώς, απόφαση Tomra του Δικαστηρίου, σκέψη 79) και δεν είναι απαραίτητο οι επιπτώσεις αυτές να αποδειχθούν διά της εφαρμογής του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή[774]. Υπενθυμίζεται, επίσης, ότι αποκλεισμός από την αγορά δεν προκαλείται μόνον όταν η πρόσβαση στην αγορά καθίσταται αδύνατη για τους ανταγωνιστές. Αρκεί η πρόσβαση αυτή να καταστεί δυσχερέστερη ενώ με το κριτήριο του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή μπορεί να διαπιστωθεί μόνον εάν η πρόσβαση στην αγορά έχει καταστεί αδύνατη και όχι εάν έχει ενδεχομένως καταστεί δυσχερέστερη. Βεβαίως, εάν το αποτέλεσμα είναι αρνητικό, συνάγεται ότι είναι οικονομικά αδύνατο για έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή να εξασφαλίσει το διεκδικήσιμο μερίδιο της ζήτησης ενός πελάτη. Συγκεκριμένα, για να παράσχει στον πελάτη αντιστάθμισμα για την απώλεια της εκπτώσεως λόγω αποκλειστικότητας, ο εν λόγω ανταγωνιστής θα αναγκαζόταν να πωλεί τα προϊόντα του σε τιμή που δεν θα του επέτρεπε να καλύπτει το κόστος του. Ωστόσο, αν το αποτέλεσμα της εφαρμογής του κριτηρίου είναι θετικό, τούτο σημαίνει απλώς ότι ένας εξίσου αποτελεσματικός ανταγωνιστής δύναται να καλύψει το κόστος του (σε περίπτωση δε εφαρμογής του κριτηρίου του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή όπως στην προσβαλλόμενη απόφαση και όπως προτείνει η προσφεύγουσα, μόνο το μέσο οριακό κόστος). Το γεγονός αυτό δεν σημαίνει, ωστόσο, ότι δεν προκαλείται αποκλεισμός από την αγορά. Συγκεκριμένα, ο μηχανισμός των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας, καθιστά δυσχερέστερη την πρόσβαση των ανταγωνιστών της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεως στην αγορά, έστω και αν η πρόσβαση αυτή δεν είναι αδύνατη από οικονομικής απόψεως[775].

690 Το συμπέρασμα αυτό δεν αναιρείται από την απόφαση TeliaSonera, την απόφαση Deutsche Telekom του Δικαστηρίου, και την απόφαση Post Danmark[776]. Οι υποθέσεις εκείνες αφορούσαν πρακτικές

---

[773] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 143 επ.
[774] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 146.
[775] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 150.
[776] Απόφαση ΔΕΕ C- 52/09, Konkurrensverket κατά Telia Sonera Sverige AB, Απόφαση ΔΕΕ C-280/08 P - Deutsche Telekom κατά Επιτροπής, Απόφαση ΔΕΕ C-209/10, Post Danmark A/S κατά Konkurrenceradet,

συμπιέσεως των τιμών (TeliaSonera και Deutsche Telekom) ή χαμηλών τιμών (Post Danmark) και η απορρέουσα από τις αποφάσεις αυτές υποχρέωση αναλύσεως των τιμών και του κόστους διαφοροποιείται από την περίπτωση των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας, ο καταχρηστικός χαρακτήρας των οποίων απορρέει μάλλον από τον όρο του αποκλειστικού ή σχεδόν αποκλειστικού εφοδιασμού, από τον οποίο εξαρτάται η χορήγησή τους, παρά από το ύψος της εκπτώσεως[777]. Εξάλλου, από την απόφαση Tomra του Δικαστηρίου, (σκέψεις 73, 74 και 80), προκύπτει ότι, μετά τις αποφάσεις αυτές, δεν είναι απαραίτητο να εξετάζεται εάν το σύστημα εκπτώσεων υποχρεώνει έναν εξίσου αποτελεσματικό ανταγωνιστή να χρεώνει αρνητικές τιμές, ακόμη και όταν πρόκειται για εκπτώσεις της τρίτης κατηγορίας. Κατά μείζονα λόγο, τούτο ισχύει για τις εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας και βεβαίως για τις μη τιμολογιακές πρακτικές επιβολής όρων αποκλειστικότητας.

691 Η διαπίστωση αυτή δεν αναιρείται ούτε από την ανακοίνωση της Επιτροπής με τίτλο «Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Επιτροπής κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 [ΕΚ] σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις» (ΕΕ 2009, C 45, σ. 7: κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της Ευρ. Επιτροπής) η οποία είναι διαδικαστικού χαρακτήρα ανακοίνωση καθορισμού των προτεραιοτήτων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που δεν μπορεί να δεσμεύσει τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού και μάλιστα επί ζητημάτων ουσιαστικής εφαρμογής του κανόνα περί κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης (και επιπλέον δεν θα μπορούσε να εφαρμοστεί σε διαδικασία που είχε κινηθεί πριν την έκδοσή τους). Πρόκειται, ειδικότερα, για αποτύπωση διοικητικής πρακτικής της Επιτροπής η οποία δεν συνεπάγεται, εκ της φύσεώς της, δεσμευτική ισχύ για τις εθνικές Αρχές ανταγωνισμού και τα εθνικά δικαστήρια, γεγονός που αναφέρεται στην ίδια την ανακοίνωση για τις προτεραιότητες («η Ανακοίνωση δεν έχει σκοπό να αποτελέσει δεσμευτικό νομοθέτημα»)[778] και επίσης προκύπτει από την πάγια νομολογία σχετικά με τέτοιες ανακοινώσεις της Επιτροπής[779]. Οι εθνικές αρχές δεσμεύονται μόνο από τις επιταγές που απορρέουν από το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, όπως αποσαφηνίζονται από το Δικαστήριο.

692 Συνεπώς, τα περί του αντιθέτου προβαλλόμενα από την ΑΖ και δη ο κατά τα ανωτέρω προσδιορισμός των πιθανών αποτελεσμάτων των λοιπών εξεταζόμενων στην Εισήγηση πρακτικών, κατ' εφαρμογή της οικονομικής προσέγγισης όπως περιγράφεται στις Κατευθύνσεις της Επιτροπής (προσκομιζόμενη από την ΑΖ Οικονομική Ανάλυση του Οικονομολόγου-Καθηγητή […])[780] και οικονομική ανάλυση […], 2012 για την χρονική περίοδο 2008-2011, η οποία προσκομίζεται από την ΑΖ ως ΣΧΕΤΙΚΟ ΚΑ/5, δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτά.

693 Επισημαίνεται, εκ περισσού, ότι σε κάθε περίπτωση οι ανταγωνιστές της ΑΖ δεν μπορεί να θεωρηθούν

---

[777] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09, σκ. 152 επ.

[778] Σκέψη 3 της ανακοίνωσης για τις προτεραιότητες.

[779] Αποφάσεις Pfleiderer στην υπόθ. C‑360/09, σκ. 21 και Expedia, C-226/11, σκ. 29 και 31.

[780] Η οποία πάντως επίσης δείχνει ότι στις περιπτώσεις […] προέκυψε ότι οι εκπτώσεις και διαφημιστικές παροχές που χορηγήθηκαν, υπολείποντο του μέσου συνολικού κόστους της ΑΖ, (παρότι υποστηρίζεται, αλυσιτελώς κατά τα ανωτέρω, ότι αυτές δικαιολογούνται από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της ειδικής αγοράς στην οποία εντάσσονται ορισμένα καταστήματά τους). Μάλιστα, ως προς το επιχείρημα του ιδιαίτερου ενδιαφέροντος που παρουσιάζουν εντός του χώρου αεροδρομίων, αξίζει εκ περισσού να αναφερθεί ότι αντίστοιχο ενδιαφέρον θα παρουσίαζαν και για τους ανταγωνιστές της καθ' ης οι οποίοι επ' ουδενί θα μπορούσαν να προσφέρουν αντίστοιχα ανταλλάγματα.

ότι είναι σε θέση να παράσχουν αντίστοιχα οικονομικά και άλλα πλεονεκτήματα στα key accounts και στα τελικά σημεία εν γένει, όπως αβασίμως υπολαμβάνει η καθ' ης. Και τούτο, διότι έχουν συγκριτικά πολύ μικρότερα μερίδια αγοράς από εκείνη, μικρότερη γκάμα προϊόντων και επιτυγχάνουν πολύ μικρότερο ποσοστό πωλήσεων σε σύγκριση με το ποσοστό πωλήσεων που αντιπροσωπεύουν τα προϊόντα της καταγγελλόμενης επί των συνολικών πωλήσεων των τελικών σημείων. Πράγματι, το σύνολο των πωλήσεων προϊόντων ζύθου της ΑΖ αντιπροσώπευε σταθερά, καθ' όλη την περίοδο εφαρμογής των υπό εξέταση εκπτωτικών συστημάτων, ποσοστό πολλαπλάσιο τόσο των πωλήσεων ζύθου που πραγματοποίησε έκαστος από τους κυριότερους ανταγωνιστές της, όσο και του σωρευμένου συνόλου αυτών των ίδιων των πωλήσεων. Επομένως, δεν ήταν σε θέση να πραγματοποιήσουν ένα ύψος εσόδων ικανό να αποτελέσει επαρκώς ευρεία οικονομική βάση για να τους επιτρέψει να θεσπίζουν αποτελεσματικά παρόμοιο σύστημα ανταμοιβών προς εκείνο της ΑΖ (προκειμένου να αντιταχθούν στο αποτέλεσμα αποκλεισμού που ασκείται εναντίον τους στην αγορά). Εξάλλου, όπως προαναφέρθηκε, η φυσιογνωμία της μπίρας ΑΖ ως προϊόντος "must stock brand" και το γεγονός ότι η ΑΖ αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» για πολλά τελικά σημεία, επιτείνει την ως άνω αδυναμία των ανταγωνιστών της να την ανταγωνιστούν σε ισότιμη βάση για τη ζήτηση ενός πελάτη, καθώς και τα απορρέοντα εξ αυτής αποτελέσματα αποκλεισμού[781].

694 Παρομοίως, ο ισχυρισμός της ΑΖ (ενότητα Ε.3) περί του ότι οι παροχές της ΑΖ δεν αποτελούν εκπτώσεις αλλά οικονομική αντιπαροχή έναντι υπηρεσιών διαφήμισης και προβολής καταρρίπτεται αφενός διότι καταδείχθηκε ότι οι παροχές χορηγούντο έναντι αποκλειστικότητας και αφετέρου διότι τα προεκτεθέντα χαρακτηριστικά των παροχών αυτών τις καθιστούν αφ' εαυτών καταχρηστικές εκπτώσεις πίστης.

695 Σε κάθε περίπτωση, οι εκπτώσεις που παρέχει μία επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση πρέπει να στηρίζονται σε οικονομικά δικαιολογημένο αντιστάθμισμα. Το πλεονέκτημα που παρέχεται στους πωλητές πρέπει να δικαιολογείται από τον όγκο των δραστηριοτήτων τους και από τις ενδεχόμενες οικονομίας κλίμακος που επιτρέπουν στον προμηθευτή να πραγματοποιεί. Εν προκειμένω ωστόσο, το ύψος των παροχών που χορηγείται στα προεκτεθέντα key accounts[782] από την καθ' ης είναι υπέρμετρο και δεν μπορεί να δικαιολογηθεί από (ή καν να συσχετισθεί με) οποιοδήποτε νόμιμο εμπορικό αντιστάθμισμα ενώ επίσης η ΑΖ δεν προσκομίζει οποιαδήποτε στοιχεία που θα στήριζαν κάποια εξήγηση για αυτό το επίπεδο ύψους παροχών.

696 Σημειώνεται παρεμπιπτόντως, επίσης, ότι για την απόδειξη της παράβασης δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι οι παροχές που τάσσονται από τις εκάστοτε συμφωνίες που συνάπτει η δεσπόζουσα επιχείρηση με τους αγοραστές - διανομείς της ελήφθησαν στην πράξη. Η εφαρμογή των εκπτωτικών προγραμμάτων αποδεικνύεται από τη συμπερίληψή τους στις συνομολογηθείσες συμφωνίες[783]. Η αναγγελία των

---

[781] Αντίστοιχα ισχύουν και για τις πρακτικές σε σχέση με τη χονδρεμπορική βαθμίδα και τα σούπερ μάρκετ.
[782] Βλ. πίνακα 11 Παραρτήματος 1 ενδεικτικά για τις αμοιβές και τη συμβατική περίοδο που καλύπτουν.
[783] Βλ. απόφαση Ευρ. Επ. 2002/405/ΕΚ, ό.π., παρ. 51-52 επ., 76 επ. Στην υπόθεση αυτή, τα προγράμματα κινήτρων που περιείχαν οι συμφωνίες της Michelin με τους πελάτες κρίθηκαν ως 'γενικοί όροι τιμολογιακής πολιτικής' (general price conditions) επί της ουσίας, ως προς το εάν οι συγκεκριμένοι όροι των συμφωνιών και ο συγκεκριμένος τρόπος υπολογισμού εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης συνιστούσαν μεταξύ άλλων 'εκπτώσεις πίστεως', Τ-155/06, ό.π., παρ. 300.

προγραμμάτων κινήτρων και η αναγγελία του τρόπου υπολογισμού των κινήτρων και των εκπτώσεων εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης αρκούν ώστε να κριθεί ότι το εκπτωτικό πρόγραμμα εφαρμόσθηκε στην πράξη. Εξάλλου, όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θέτει όντως σε εφαρμογή μια πρακτική η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον παραμερισμό των ανταγωνιστών της, το γεγονός ότι το αναμενόμενο αποτέλεσμα δεν επετεύχθη δεν αρκεί για να αντικρουσθεί ο χαρακτήρας της πρακτικής ως καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσεως κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και 2 του ν. 703/1977[784].

Συμπεράσματα

697 Εν προκειμένω, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, η καθ' ης έχει συνάψεις συμβάσεις με όρους αποκλειστικότητας είτε με τη μορφή αυτούσιων ρητρών αποκλειστικότητας ή κάλυψης του συνόλου των αναγκών των καταστημάτων με προϊόντα της καθ' ης, είτε / και με τη μορφή παροχής υψηλότατου οικονομικού κινήτρου έναντι αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της, με εξαιρετικά μεγάλο αριθμό τέτοιων πελατών, μεταξύ των οποίων κάποιοι από τους πλέον επώνυμους στο είδος τους, διαμορφώνει δε τα χορηγούμενα οικονομικά ανταλλάγματα με γνώμονα την αποτροπή της εισόδου των ανταγωνιστών της στο εν λόγω κανάλι διάθεσης. Η ανάλυση που προηγήθηκε σχετικά με τις ρήτρες αποκλειστικότητας εφαρμόζεται σε όλες τις προεκτεθείσες ρήτρες μεταξύ της καθ' ης και των πελατών των αλυσίδων key accounts (ή «ειδικών καναλιών»), καθώς και στις χορηγούμενες εκπτώσεις έναντι αποκλειστικότητας που αποδίδει αυτή ως κίνητρο στους ίδιους πελάτες[785].

698 Συμπερασματικώς, η ΑΖ συστηματικά προωθούσε, διαπραγματευόταν, σύναπτε και διατηρούσε αποκλειστικές συμφωνίες και για πολλές κατηγορίες πελατών στα key accounts, για παράδειγμα αλυσίδες μαζικής εστίασης και πελάτες που δραστηριοποιούνται σε ακτοπλοϊκές γραμμές, αεροδρόμια, ξενοδοχεία, κινηματογράφους κ.λπ. Οι υπό εξέταση πρακτικές κατέτειναν στο ίδιο ουσιαστικό αποτέλεσμα με τις υπόλοιπες πρακτικές της καταγγελλόμενης σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής (επάλληλες αποκλειστικότητες, εκπτώσεις στόχων πωλήσεων κ.ά.), δηλαδή στη δέσμευση των χονδρεμπόρων και λιανοπωλητών, και στη συνακόλουθη παρεμπόδιση της πρόσβασης ανταγωνιστών σε τελικά σημεία πώλησης, λαμβανομένου υπόψη ότι ο ανταγωνισμός στην οικεία αγορά ήταν ήδη περιορισμένος λόγω της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ. Συναφώς, και οι εν λόγω αποκλειστικότητες προς πελάτες αξιολογούνται κατά τρόπο συνδυαστικό και σωρευτικό με τις υπόλοιπες, δεδομένου ότι κατατείνουν επίσης στην αποκλειστικότητα.

699 Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας (και η παροχή κινήτρων έναντι αποκλειστικότητας) στις συμφωνίες της ΑΖ με αλυσίδες καταστημάτων / key accounts (τουλάχιστον για την περίοδο από το 1999 έως σήμερα) αντίκεινται, παρομοίως, στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (πρώην 82 ΣΕΚ).

---

[784] ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 297.
[785] Βλ. απόφαση ΕΑ 520/2011 - Tasty, σκ. 288 επ.

3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΑΖ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ […]

700 Η στρατηγική της εταιρίας ΑΖ, η οποία απέβλεπε, μεταξύ άλλων, στη διατήρηση και την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της μέσω του αποκλεισμού των ανταγωνιστών της σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής, καθώς και της παρεμπόδισης των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους, αποτυπώνεται σε εσωτερικά έγγραφα εμπορικής πολιτικής, εκπαίδευσης και αξιολόγησης των υπαλλήλων της, καθώς και σε στοιχεία ηλεκτρονικής αλληλογραφίας μεταξύ των στελεχών της, καθ' όλη την περίοδο στην οποία εκτείνεται η έρευνα της Υπηρεσίας. Τα εν λόγω έγγραφα διαγράφουν την ακολουθούμενη στρατηγική της με πρωταρχικό σκοπό τη δέσμευση, κατάληψη και κυριαρχία επί των τελικών κυρίως σημείων πώλησης, στρατηγική που εξειδικεύεται στις ακολουθούμενες πρακτικές της ΑΖ. Παραδείγματα τέτοιων εσωτερικών εγγράφων παρατίθενται στην παρούσα ενότητα, καθώς και στις επιμέρους ενότητες σχετικά με συγκεκριμένες αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές της καταγγελλόμενης. Ειδικότερα:

701 Κατά την κρίση της Επιτροπής, τα εδώ εξεταζόμενα στοιχεία του φακέλου καταδεικνύουν με σαφήνεια τη στρατηγική της καταγγελλόμενης προκειμένου να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στη σχετική αγορά, μέσω των συγκεκριμένων αντιανταγωνιστικών πρακτικών. Αναλυτικότερα, όπως προκύπτει από την εξέταση των συλλεχθέντων στοιχείων, η στρατηγική πωλήσεων […] που εφαρμόζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εισήχθη το 2005 και στοχεύει στην αύξηση της παρουσίας των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Στο πλαίσιο εφαρμογής της, τα στελέχη της καθ' ης χρησιμοποιούν συγκεκριμένες, εκτιθέμενες στη συνέχεια, πρακτικές προκειμένου να επιτύχουν αποκλειστικές συνεργασίες με καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Η γενικότερη πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να δεσμεύει όλους τους πελάτες της, και ιδίως τους βασικούς της πελάτες, με συμφωνίες που στόχευαν να αποκλείσουν τους ανταγωνιστές της από την αγορά και να τους αφαιρέσουν κάθε δυνατότητα ανάπτυξης, προκύπτει και από τα ευρεθέντα έγγραφα, τις μαρτυρίες σχετικά με τις διαπραγματεύσεις και τις προσφορές που έκανε στους πελάτες της και τις λοιπές προεκτεθείσες συνθήκες και περιστατικά.

702 Η καθ' ης χρησιμοποιούσε στο πλαίσιο του σχεδιασμού και εφαρμογής των ενεργειών της την εδώ εκτιθέμενη μέθοδο […] η οποία αναφέρεται μεταξύ άλλων στην επίτευξη της αποκλειστικότητας. Από τα εδώ εκτιθέμενα στοιχεία καταδεικνύεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε την επίτευξη αποκλειστικότητας στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης ως κύριο στόχο της γενικότερης στρατηγικής της και πληθώρας ενεργειών της, και μάλιστα διαχρονικά. Ο στόχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να επιβάλει αποκλειστικότητα στους πελάτες της στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης και η *ίδια η* επιβολή της αποκλειστικότητας εκ μέρους της εταιρίας αποδεικνύεται και από σειρά εσωτερικών εγγράφων που εντοπίστηκαν σε επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Καταγγελλόμενης το 2006.

703 Τα εν συνεχεία εκτιθέμενα παραδείγματα αυτής της στρατηγικής της εταιρίας καταδεικνύουν ότι επιχειρηματικό στόχο της καταγγελλόμενης αποτελούσε ο παραγκωνισμός ανταγωνιστικών προϊόντων ή/και η αποκλειστική διάθεση προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω των διαφόρων διαύλων διανομής. Πλην όμως της ρητά εκφρασμένης ανωτέρω βουλήσεως, τα στελέχη της καθ' ης ανά την

Ελλάδα υπέβαλλαν σχετικές αναφορές στο πλαίσιο της εφαρμογής της στρατηγικής […], όπου καταδεικνύεται σαφώς η στενή παρακολούθηση του προαναφερθέντος αντιανταγωνιστικού στόχου. Μάλιστα οι σχετικές αναφορές προέρχονται από όλη την Ελλάδα. Η δε συμμόρφωση στην πράξη των αντισυμβαλλόμενων με τον όρο της αποκλειστικότητας που επιβάλλει η καθ' ης είναι ευχερώς διαπιστώσιμη για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία παρακολουθεί συστηματικά και επισταμένως τις πωλήσεις των δικών της και των τυχόν ανταγωνιστικών προϊόντων[786].

704 Ειδικότερα, από τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προκύπτουν στοιχεία σχετικά με τη στρατηγική της Διεύθυνσης […]. Εν προκειμένω, αναλύθηκαν οι πυλώνες επιχειρηματικής προσέγγισης και συνεργασίας με τελικά σημεία ([…]), τους οποίους ακολουθεί η καθ' ης, και οι δραστηριότητες που κατά την καθ' ης μπορούν *«να επηρεάσουν την επιλογή του καταναλωτή/αγοραστή στο τελικό σημείο πώλησης, με σκοπό* […][787] Επίσης ελέγχεται η πολιτική […][788][…]. Η ΑΖ εξετάζει (με "case study") συγκεκριμένες επιτυχημένες περιπτώσεις εφαρμογής της πολιτικής της εταιρίας (από πραγματικές εκθέσεις στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τελικά σημεία) αρκετές εκ των οποίων φέρουν την ένδειξη «ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» ως αποτέλεσμα των ενεργειών που προβλέπει η ως άνω στρατηγική της εταιρίας. Από τα προεκτεθέντα αποδεικνύεται εναργώς η στόχευση της διοίκησης και η γενική πολιτική της εταιρίας. Οι περιπτώσεις αυτές χρησιμοποιούνται ως υπόδειγμα προσέγγισης πελατών εκ μέρους της εταιρίας.

Τα στοιχεία των μεθόδων […]

705 Η στρατηγική επιχειρηματικής προσέγγισης και συνεργασίας με καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας […] βασίζεται στους πυλώνες […][789] παρουσιάζονται οι στρατηγικές […] και μάλιστα υπό τον τίτλο «*Το εμπορικό μας DNA*». Εκεί, για τη […] δίνονται οι ακόλουθοι ορισμοί των επιμέρους πυλώνων τις στρατηγικής τους οποίους αποκαλεί « […]». Συγκεκριμένα: […][790],[…].

706 Στην ανάλυση της ενεργητικής παραίνεσης […] συμπεριλαμβάνονται ως παραδείγματα […] (πρόταση του συγκεκριμένου προϊόντος από το σημείο) και […] (και μάλιστα, τόσο στην αγορά σπιτιού – off premise όσο και στην αγορά HoReCa – on premise)[791], ενώ στο πλαίσιο της παθητικής παραίνεσης […] αναφέρονται ως παραδείγματα *«* […]*»* στην αγορά μελλοντικής κατανάλωσης και *«* […]*»* στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης. Έτσι, είναι απορριπτέο ως αβάσιμο το υποστηριζόμενο από την ΑΖ επιχείρημα ότι οι εν λόγω πρακτικές αφορούν απλώς στην πρόταση του τελικού σημείου προς τον καταναλωτή να επιλέξει την μπίρα συνδυαστικά με άλλη του απόφαση (π.χ. με το ψάρι που παραγγέλνει να δοκιμάσει μία μπύρα Pils), αλλά προκύπτει ξεκάθαρα ότι η ΑΖ επιχειρεί να επιτύχει,

[786] […].
[787][…].
[788] […].
[789] Συνημμένη σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) της […] μεταξύ στελεχών της Διεύθυνσης Πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[790] Ως παραδείγματα εφαρμογής της πολιτικής στην περίπτωση της αγοράς επιτόπιας κατανάλωσης αναφέρονται: «[…]», «[…]» και «[…]». Στην περίπτωση της μελλοντικής κατανάλωσης ως παραδείγματα υποδεικνύονται: «[…]».
[791] Βλ. σχετικό ΤΣ 10/[…].

μεταξύ άλλων, την ενεργητική και παθητική παραίνεση εκ μέρους του σημείου – πελάτη της ΑΖ για αγορά από τον καταναλωτή της συγκεκριμένης μάρκας / των συγκεκριμένων μαρκών της ΑΖ. Δηλαδή, αντιθέτως με τα λεγόμενα της ΑΖ, οι εν λόγω μέθοδοι [[…]] αφενός αφορούν και τον πελάτη της ΑΖ – ιδίως τα τελικά σημεία-, και αφετέρου αποσκοπούν να δεσμεύσουν το τελικό σημείο ή άλλο πελάτη να πείσουν τους καταναλωτές για την αγορά των σημάτων της ΑΖ εις βάρος των σημάτων των ανταγωνιστών […].

707 Η ΑΖ αναγνωρίζει κατά τα προεκτεθέντα ότι «προσπαθεί μαζί με τον πελάτη να […] δια της μεθόδου […], στο πλαίσιο μάλιστα αποτροπής της πτώσης των μεριδίων αγοράς της ΑΖ[792]. Στο υπόμνημά της αναφέρει ότι παράλληλα με την εφαρμογή του […], εφάρμοσε και τη μέθοδο trade marketing […], η οποία αποδίδεται […] καταναλωτή. Αναλυτικότερα, η μέθοδος […] χαρακτηρίζεται από τα υψηλόβαθμα στελέχη της καθ' ης ως « […]» ενώ στα στελέχη της […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ζητήθηκε από την καθ' ης να κινηθούν στο πλαίσιο των συγκεκριμένων κατευθυντηρίων και να στείλουν έντυπα συμπληρωμένα με τα στοιχεία των τελικών σημείων […]. Επίσης, ζητήθηκε και η καταγραφή επιτυχημένων χαρακτηριστικών περιπτώσεων (case studies) επιτυχούς εφαρμογής του εν λόγω τύπου του […].

708 Τα ανωτέρω προκύπτουν από μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) με ημερομηνία αποστολής 07.11.2005 μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, το οποίο εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Στο εν λόγω ηλεκτρονικό μήνυμα το οποίο έχει σταλεί από […], υψηλόβαθμο στέλεχος του Τμήματος […], αναφέρεται: *[…]*.

709 Η στρατηγική […] εφαρμόζεται παράλληλα […], αναφέρεται ως: «*όλες τις δραστηριότητες που μπορούν να επηρεάσουν την επιλογή προμηθευτή των πελατών με σκοπό τη διείσδυση στο κατάστημα*»[793]. […][794].

Εφαρμογή στην πράξη

710 Στα εσωτερικά έγγραφα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εξετάζονται στη συνέχεια, όπως προεκτέθηκε, τα στελέχη της ΑΖ προβάλλουν ως παραδείγματα (case studies) επιτυχούς εφαρμογής της ανωτέρω μεθόδου, περιπτώσεις αποκλειστικότητας ή επιτυχούς εκδίωξης ανταγωνιστικών σημάτων. Ειδικότερα, σε αυτά τα παραδείγματα ο στόχος ή το αποτέλεσμα των εν λόγω ενεργειών σχετίζεται, όπως συνομολογείται εγγράφως από την καθ΄ ης, με τον εκτοπισμό ανταγωνιστικών προϊόντων και με την αποκλειστική διάθεση προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από το εξεταζόμενο κατάστημα. […].

711 Ακολούθως παρατίθενται ορισμένα από τα ανωτέρω έγγραφα στα οποία ο στόχος ή το αποτέλεσμα σχετιζόταν κυρίως με την αύξηση αγορών των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο κατάστημα

---

[792] Βλ. πρακτικά συνεδρίασης ΕΑ της 31.03.2014, σ. 98.
[793] Βλ. […] συνημμένη σε e-mail […] προς στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, της 19.09.2005, το οποίο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας – εκεί επίσης […]. Συγκεκριμένα, […]. στοιχείο: «ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ […]»
Στο υπόμνημά της (04.03.2014) η ΑΖ υποστηρίζει ότι η […] είναι μέθοδος trade μάρκετινγκ που εφήρμοσε με σκοπό να ανταποκριθεί στη νέα πελατοκεντρική φιλοσοφία και η οποία αποδίδεται ως […] πελάτη και περιγράφει όλα τα «επίπεδα» επικοινωνίας του πωλητή με τον πελάτη.
[794] […].

εις βάρος ανταγωνιστικών προϊόντων ή με την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της δεσπόζουσας εταιρίας[795][796]: Σημειώνεται ότι για τα περισσότερα από τα παρακάτω σημεία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν κάνει προσκομίζει καμία σχετική αντίκρουση […].

[…]

712 Στην περίπτωση της καφετέριας – μπαρ […], *ο* […][797], αναφέρει στην έκθεσή του ότι υπάρχει *«[έ]ντονη παρουσία ανταγωνιστικών προϊόντων»,* και, μεταξύ των ενεργειών των οποίων μετήλθε για την πραγματοποίηση των στόχων *της [ε]δραίωσης της εταιρίας στο κατάστημα, κ.λπ.* περιλαμβάνει τηνη *«[α]νάπτυξη επιχειρηματολογίας ως προς την προώθηση του προϊόντος», τις διαφημιστικές ενέργειες*[798]*, αλλά και, κυρίως, την «επικύρωση συμφωνίας με το βασικό προμηθευτή του καταστήματος όσον αφορά την αποκλειστική*[799] *διάθεση του προϊόντος στο συγκεκριμένο κατάστημα» (*ενέργεια που καταδεικνύει ταυτόχρονα και το ρόλο των χονδρεμπόρων στη στεγανοποίηση της αγοράς και ως προς τον έλεγχο του τελικού σημείου*).* Προκύπτει συνεπώς ότι η συμφωνία για αποκλειστική διάθεση του προϊόντος αποτελεί μέρος της στρατηγικής της καθ' ης η οποία καταγράφεται στο πλαίσιο της […]. Επιπλέον αναφέρεται και συνεχής παρακολούθηση: *«[f]ollow up παραγγελιών και επιβεβαίωση προσυμφωνηθέντων» και «[σ]υχνή επικοινωνία ανά τακτά διαστήματα».* Στα αποτελέσματα, επίσης, καταγράφεται η επιτυχής παρουσία του προϊόντος στο κατάστημα και η *«[α]ύξηση των πωλήσεων της μπύρας* […] *τοποθετώντας το ως το πιο δημοφιλές προϊών στο κατάστημα»*, καθώς και η *«[α]ύξηση* […]*».*

713 Ομοίως, στο beach-bar « […]» στ[…] σε αναφορά στελέχους της ΑΖ ([…])[800] επισημαίνεται ως στόχος η «[α]ποκλειστική χρήση των προϊόντων της εταιρείας όσον αφορά στην κατηγορία της μπίρας» και ως ενέργειες που έλαβαν χώρα σχετικά καταγράφονται: η *«[α]ποκλειστική χρήση συσκευασίας* […]*»*, η *«[α]νταγωνιστική προσφορά της μπίρας* […]*»*, η *«[α]νταγωνιστική προσφορά της* […] *και τοποθέτηση Draught»*, η χορήγηση διαφημιστικού υλικού για κάθε κατηγορία μπίρας και η *«[σ]ταθερή επισκεψιμότητα στο κατάστημα, πριν και μετά το κλείσιμο της συμφωνίας»*. Σύμφωνα με την αναφορά, τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν συνίσταντο στην *«[α]ποκλειστικότητα των προϊόντων της εταιρείας στο συγκεκριμένο χώρο»* και η *«[π]ροβολή και ζήτηση της* […] *από άλλους χώρους».* Ως σχόλιο αναφέρεται: […]». Εκ νέου προκύπτει ότι στρατηγική της καθ' ης […] και ότι οι ως άνω παροχές δόθηκαν για την επίτευξη του στόχου της αποκλειστικότητας και ο υπεύθυνος υπάλληλος πραγματοποίησε επισκέψεις στο κατάστημα για να διαπιστώσει την τήρηση των συμφωνηθέντων.

714 Στην αντίστοιχη περίπτωση της καφετέριας « […]» στ[…], έτερο στέλεχος της ΑΖ, ο […][801], αναφέρει

---

[795] Τα εν λόγω έγγραφα εντοπίστηκαν στα ηλεκτρονικά αρχεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που λήφθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[796] […].
[797] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]». Εκεί το συγκεκριμένο τελικό σημείο καταγράφεται ως […]».
[798] […].
[799] […].
[800] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
[801] Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι για τον εν λόγω υπάλληλο η ΑΖ δεν υποστηρίζει καν ότι δεν εργάζεται πλέον για την ΑΖ.

ως στόχο της εταιρίας την «ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ […] ΑΝΤΙ ΓΙΑ DRAUGHT ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΠΟΥ ΥΠΗΡΧΕ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ». Σύμφωνα με το ενημερωτικό σημείωμα[802], έπειτα από κατάλληλη επιχειρηματολογία των υπαλλήλων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και επανειλημμένες επισκέψεις ο στόχος επιτεύχθηκε, καθότι κατά την τρίτη επίσκεψη τους στο κατάστημα στις […], η επιχείρηση ανακοίνωσε την απόφασή της […]. Η περίπτωση αυτή αναφέρεται ως ενδεικτική αποτύπωση της πρόθεσης και του στόχου αποκλεισμού της εταιρίας στο πλαίσιο της στρατηγικής […][803].

715 Στην αντίστοιχη περίπτωση του […], συντάκτης της αναφοράς είναι στέλεχος διαφορετικό από τα τέσσερα ανωτέρω στελέχη της καθ' ης, ο υπάλληλος της ΑΖ […][804]. Ο υπάλληλος καταγράφει συνάντηση με το τελικό σημείο πώλησης (στην οποία μάλιστα μετείχε και ο Προϊστάμενος Πωλήσεων […], και ως στόχος καταγράφεται η […][805]. Σύμφωνα με όσα επισημαίνει ο υπάλληλος της καθ' ης στο ενημερωτικό του σημείωμα, κατόπιν συζήτησης με τον επιχειρηματία, διαφάνηκε κάποιος «δισταγμός» του τελευταίου έναντι της μπίρας που διέθετε το κατάστημα ο οποίος κρίθηκε και ως «ευκαιρία» από τους υπαλλήλους της εταιρίας για την πρόταση διάθεσης της μπίρας « […]». Μετά από παρουσίαση της μάρκας *«[ο] πελάτης συμφώνησε να αντικαταστήσει άμεσα την προηγούμενη μάρκα του με τη δική μας»*[806], [807].

716 Σε σχέση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ ότι κατά δήλωση του καταστηματάρχη, κατά τον επιτόπιο έλεγχο της ΓΔΑ του 2010, περί του ότι έχει στραφεί σε εναλλακτικούς προμηθευτές μπίρας κατά το παρελθόν ([…]) με την οποία τηρούσε αποκλειστική συνεργασία για τρία έτη και ότι επιλέγει προϊόντα ζύθου που είναι κατάλληλα να διαφοροποιούν το κατάστημά του από αλλά γειτονικά καταστήματα, κρίνεται ότι αυτοί ουδόλως μπορούν να διαψεύσουν ή να αναιρέσουν την αξία της ρητής δήλωσης που περιέχεται στην προεκτεθείσα αναφορά του υπαλλήλου της ΑΖ […]. Άλλωστε, ο ίδιος ο καταστηματάρχης δηλώνει ότι τόσο πριν όσο και μετά την επικαλούμενη από την ΑΖ περίοδο συνεργασίας με την […], συνεργαζόταν αποκλειστικά με την ΑΖ. Και, σε κάθε περίπτωση, βασικό σημείο δεν είναι η επιχειρηματολογία για τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του προϊόντος […] της ΑΖ, αλλά η απαίτηση του στελέχους της δεσπόζουσας επιχείρησης να αντικαταστήσει ο καταστηματάρχης την ανταγωνιστική μοναστηριακή μπίρα που διέθετε έως τούδε. Και εν προκειμένω αποτυπώνεται η πρόθεση αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού εκ μέρους της ΑΖ, χωρίς αυτή να αναιρείται από την απάντηση του καταστηματάρχη.

---

[802] Βλ. σχετ. συνημμένο έγγραφο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) μεταξύ υπαλλήλων της εταιρίας. […]. Το ηλεκτρονικό μήνυμα εντοπίστηκε στον επιτόπιο έλεγχο της Υπηρεσίας, της 24.05.2006, στα γραφεία της εταιρίας.
[803] […].
[804] Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι για τον εν λόγω υπάλληλο η ΑΖ δεν υποστηρίζει καν ότι δεν εργάζεται πλέον για την ΑΖ.
[805] Βλ. σχετ. συνημμένο έγγραφο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) μεταξύ υπαλλήλων της εταιρίας. Το μήνυμα εστάλη από […]. Το ηλεκτρονικό μήνυμα εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποίησε η Υπηρεσία στις 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[806] Συγκεκριμένα, στο σημείωμα αναφέρεται: «[[…]».
[807] Το 2010, στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α., ο […], δήλωσε σχετικά με τα σήματα που διατίθενται από το κατάστημα ότι: […]».
Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, […].

717 Στην περίπτωση του καταστήματος (café – bar) « […]»[…], σε ενημερωτικό σημείωμα του υπαλλήλου της καθ' ης […][808] επισημαίνεται η «ύπαρξη ανταγωνιστικών ετικετών μέσα στο κατάστημα» και ότι το κατάστημα αποτελεί «σημείο αναφοράς στην […]». Ως στόχοι αναφέρονται: η «τοποθέτηση μπύρας […] σε βαρέλι DRAUGHT» και η «αντικατάσταση ανταγωνιστικής μπύρας με τη μπίρα […]». Ο υπάλληλος σημειώνει ότι προέβη στις απαραίτητες ενέργειες για την επίτευξη των στόχων (ήτοι, «[ε]πιχειρηματολογία για το ότι τα συγκεκριμένα προϊόντα ταιριάζουν απόλυτα με το προφίλ του καταστήματος», «[π]αρουσίασα όλα τα θετικά στοιχεία του βαρελιού, προσπαθώντας να πείσω τον υπεύθυνο ότι η προώθηση του συγκεκριμένου προϊόντος αυξάνει τα οικονομικά οφέλη του καταστήματος», «[σ]ύγκρινα την τιμή κτήσης της […] με την ανταγωνιστική ετικέτα ξέροντας εκ των προτέρων ότι η σύγκριση αυτή ευνοεί την πρώτη») αλλά και σε προωθητικές ενέργειες (όπως «[σ]υμμετοχή σε εκδήλωση του καταστήματος με μοίρασμα διαφημιστικού υλικού της μπίρας […]», «[π]ρόταση στο κατάστημα και πραγματοποίηση από τον ίδιο τον καταστηματάρχη μίας εξωτερικής ταμπέλας με φωτογραφία ενός παγωμένου ποτηριού […]», «[δ]ιάθεση στο κατάστημα κατάλληλου διαφημιστικού υλικού»). Ως αποτελέσματα των ως άνω ενεργειών ο υπάλληλος καταγράφει τα ακόλουθα: «[π]ροώθηση της […] και του βαρελιού της […] από τον ίδιο τον καταστηματάρχη» και «[α]ύξηση κατανάλωσης και της […] και της […] στην περιοχή» και «[π]ραγματική αύξηση των κερδών του καταστήματος με συνέπεια την ικανοποίηση του ιδιοκτήτη άρα και τη μακρόχρονη διασφάλιση της συμφωνίας».

[…]

718 Έτερο περιστατικό είναι αυτό σε σχέση με το κέντρο διασκέδασης […][809], στην οποία ο υπάλληλος της ΑΖ που συντάσσει την έκθεση, […], σημειώνει την *«[ύ]παρξη ανταγωνιστικού προϊόντος στο κατάστημα»*[810] *και αναφέρει ως* στόχο σε σχέση με το συγκεκριμένο κατάστημα την *«[τ]οποθέτηση μπίρας* […] *ως αποκλειστικό προϊόν μπίρας, για το σύνολο των εκδηλώσεων που διοργανώνει»*. Με τις ενέργειες που ακολούθησαν εκ μέρους της εταιρίας (μεταξύ των οποίων κατάλληλη επιχειρηματολογία, ανταλλάγματα και παρακολούθηση[811]) επιτεύχθηκε, όπως φαίνεται μεταξύ των καταγεγραμμένων αποτελεσμάτων, το κέντρο να έχει *«μόνο μία ετικέτα μπίρας για όλες του τις εκδηλώσεις»*. Επιπλέον από τα αναφερόμενα αποτελέσματα προκύπτει και το μέγεθος επηρεασμού των λοιπών καταστημάτων λόγω της φήμης του εν λόγω καταστήματος[812]. Όσον αφορά την καφετέρια […], το στέλεχος της ΑΖ […][813] σημειώνει στην έκθεσή του την «[ύ]παρξη τριών ανταγωνιστικών προϊόντων» και «καμία ετικέτα της εταιρίας [ΣτΣ: ενν. κανένα προϊόν της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας]» και αναφέρει ως στόχο για το συγκεκριμένο κατάστημα, μεταξύ άλλων, την «[τ]οποθέτηση όσο το δυνατόν περισσοτέρων προϊόντων […]». Οι ενέργειες που ακολούθησαν εκ μέρους της εταιρίας συνίσταντο σε «[α]νάπτυξη επιχειρηματολογίας ως προς την προώθηση των προϊόντων βάση των συμφερόντων του καταστήματος

---

[808] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
[809] Κατάστημα, όπως αναφέρεται στην Έκθεση, με «[…]».
[810] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
[811] Συγκεκριμένα αναφέρονται οι ακόλουθες ενέργειες: […]».
[812] Συγκεκριμένα αναφέρεται: «[…]».
[813] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]»

όπως τιμές, κιβωτιακές παροχές κλπ.», «[σ]υμφωνία με τον προμηθευτή του καταστήματος», «[π]αροχή διαφημιστικού υλικού (ποτήρια-πετσέτες bar – σουβέρ – δίσκοι σερβιρίσματος)», «[κ]ατασκευή beer list», «[έ]λεγχος προμηθευτή καταστήματος σε τακτά διαστήματα για τήρηση συμφωνηθέντων». Σύμφωνα με όσα καταγράφονται στο σημείωμα, με τις ως άνω ενέργειες επιτεύχθηκε ο στόχος της εταιρίας ενώ παράλληλα επήλθε «[α]ύξηση τζίρου καταστήματος», καθώς και «[μ]ονοπωλιακή παρουσία της εταιρίας στο κατάστημα». Από τα παραπάνω προκύπτει και στην εν λόγω περίπτωση ότι με συγκεκριμένες παροχές και έλεγχο εκ μέρους της καθ' ης επιτεύχθηκε ο στόχος της για αποκλειστική προμήθεια του συγκεκριμένου καταστήματος με σήματα της καθ' ης.

719 Στην περίπτωση του εστιατορίου « […][814], άλλος υπάλληλος της ΑΖ[815], ο […][816], στην έκθεσή του καταγράφει τη *«[σ]υνεργασία με ανταγωνιστικά προϊόντα»* και αναφέρει ως στόχο την *«[τ]οποθέτηση μπίρας* […] *ως αποκλειστικό προϊόν» και, παράλληλα, τη «[σ]ηματοποίηση του χώρου για την ενίσχυση του ονόματος»*. Οι ενέργειες που έλαβαν χώρα από την πλευρά της εταιρίας σχετίζονταν με την *«[π]αρουσίαση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων του προϊόντος»* στο κατάστημα, την *«[π]ρόταση συνεργασίας και ευελιξία αυτής»*, την *«[κ]ατασκευή σηματοποιημένων καταλόγων»* και την *«[κ]άλυψη με δ/υ του χώρου»*. Βάσει των ως άνω ενεργειών καταγράφεται ότι επετεύχθησαν τα ακόλουθα αποτελέσματα: *«[κ]λείσιμο συνεργασίας με την μπίρα* […]*»*, *«[ι]κανοποίηση από την κατανάλωση του προϊόντος και από την κερδοφορία»*, *«[σ]υνεχής παρακολούθηση της μπίρας* […] *προς το κατάστημα»* και ότι η εν λόγω συμφωνία αποτελεί *«[σ]ημείο αναφοράς για μελλοντικές συνεργασίες με άλλα καταστήματα της περιοχής»*. Και πάλι, η αποκλειστικότητα σημάτων της ΑΖ αναφέρεται ρητά ως στόχος. Μάλιστα και ο ίδιος ο πωλητής αναγνωρίζει σε ένορκη κατάθεσή του που ετοιμάστηκε για να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα υπόθεση[817] ότι θεώρησε «εσφαλμένα» ότι έπρεπε να επικεντρωθεί στην αύξηση των πωλήσεων των προϊόντων μόνο της ΑΖ και όχι της μπίρας γενικά[818]. Η απλή επίκλησή του ότι όταν έστειλε την αναφορά στην οποία επεσήμαινε το στόχο τοποθέτησης της μπίρας […]της ΑΖ ως αποκλειστικού προϊόντος του καταστήματος στον Προϊστάμενο Πωλήσεων […], εκείνος τον ενημέρωσε ότι δεν είχε κατανοήσει ορθά τη νέα μέθοδο trade marketing, δεν μπορεί να αναιρέσει τα ανωτέρω.

720 Αφενός, το ως άνω εσωτερικό έγγραφο, συνταχθέν in tempore non suspecto, έχει μεγαλύτερη αποδεικτική αξία από την επικαλούμενη πρόσφατη - ενόψει της διαδικασίας ένορκη κατάθεση, σταθμιζόμενο επίσης και με τα λοιπά συγκλίνοντα αποδεικτικά στοιχεία. Πέραν αυτών, την επίκληση […] για την εν λόγω ενημέρωση από τον Προϊστάμενό του, δεν την στηρίζει κανένα αποτό και

---

[814] Το κατάστημα περιγράφεται ως «[σ]ημείο αναφοράς για την ευρύτερη περιοχή» με «[κ]ατανάλωση μεγάλου όγκου κιβωτίων μπίρας».

[815] Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι για τον εν λόγω υπάλληλο η ΑΖ δεν υποστηρίζει καν ότι δεν εργάζεται πλέον για την ΑΖ.

[816] Σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
Στην υπ' αριθ. 19187/20.02.2014 ένορκη κατάθεση του εν λόγω υπαλλήλου που προσκομίζει και επικαλείται ως σχετικό ΤΑ/11Α η ΑΖ στο υπόμνημά της της 04.03.2014 ο […] αναφέρει ότι εργάζεται ως πωλητής (Τμήμα Διεύθυνσης Πωλήσεων της Βορείου Ελλάδος) στην καθ' ης από το έτος 2003.

[817] Υπ' αριθ. 19187/20.02.2014 ένορκη κατάθεση που προσκομίζει και επικαλείται ως σχετικό ΤΑ/11Α η ΑΖ στο υπόμνημά της της 04.03.2014.

[818] Υπενθυμίζεται ότι πολλαπλά αποδεικτικά στοιχεία αποτυπώνουν το στόχο αύξησης των προϊόντων της ΑΖ εις βάρος των προϊόντων ανταγωνιστικών προμηθευτών, όπως αναλύεται στα οικεία σημεία. […].

συγκεκριμένο έγγραφο αποδεικτικό στοιχείο. Μάλιστα, μία τέτοιου βεληνεκούς, από τόσους πωλητές, «παρανόηση», θα έπρεπε σε κάθε περίπτωση να είχε αντιμετωπισθεί οργανωμένα και επαρκώς από μία εταιρία με τη θέση και την ισχύ της ΑΖ. Αφετέρου, σε κάθε περίπτωση δεν θα μπορούσε να αναιρέσει την αντικειμενική ευθύνη της ΑΖ για τις εδώ περιγραφόμενες πρακτικές αποκλεισμού[819], κατά τα ανωτέρω, πολλώ δε μάλλον που η γνώση των διευθυντικών στελεχών της ΑΖ για τα ανωτέρω γεγονότα αποδεικνύεται από πληθώρα συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων.

721 Στην περίπτωση της καφετέριας – μπαρ « […]» στ[…], υπάλληλος της ΑΖ - διαφορετικός από τους επτά προεκτεθέντες, […][820], *αναφέρει* ότι με τη χορήγηση διαφημιστικού υλικού, την κατασκευή beer list και τον *αποκλεισμό του παράγοντα κόστος αγοράς μπίρας* η εταιρία κατόρθωσε να φθάσει τη διάθεση των αναγραφόμενων στο beer list προϊόντων (τα οποία έφεραν δικά της σήματα), σε επίπεδο 80%, ενώ παράλληλα επιτεύχθηκε σταθερή ροή ζήτησης για ακόμη περισσότερες «ετικέτες»[821].

[…]

722 Κατωτέρω παρατίθενται περιπτώσεις καταστημάτων […].

723 Στην καφετέρια – μπαρ « […]», στ[…], ο υπάλληλος της καθ' ης […][822] επισημαίνει […] στο κατάστημα την *«[α]ποκλειστική χρήση των προϊόντων της εταιρείας όσον αφορά στην κατηγορία της μπίρας»* και τη *«* […]*»*. Οι ενέργειες στις οποίες προέβη η εταιρία για την επίτευξη των ως άνω στόχων συνίστατο στα ακόλουθα: […]. Με τις ανωτέρω ενέργειες επιτεύχθηκε ο στόχος περί αποκλειστικότητας, δεδομένου ότι ως αποτέλεσμα των ως άνω ενεργειών καταγράφεται η *«[α]ποκλειστικότητα των προϊόντων της εταιρείας στο συγκεκριμένο χώρο (*[…]*)»*. Επιπλέον, υπήρξε «ικανοποίηση του ιδιοκτήτη» και *«[ε]πέκταση παρόμοιας συμφωνίας και σε άλλο κατάστημα,* […]. Ως […] αναφέρεται: […]». Συνεπώς, και στην εν λόγω περίπτωση, με συγκεκριμένες παροχές και παρακολούθηση εκ μέρους της καθ' ης επιτεύχθηκε ο στόχος της για αποκλειστική προμήθεια του συγκεκριμένου καταστήματος.

[…]

724 Στην περίπτωση της καφετέριας – μπαρ […], στην έκθεση έτερου υπαλλήλου της ΑΖ, του […][823, 824] καταγράφεται ότι η αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας υπήρξε άμεση έπειτα από *«[τ]ηλεφωνική επικοινωνία από τους ιδιοκτήτες του σημείου για συνάντηση με εταιρία ανταγωνισμού για συνεργασία»*. Ακολούθησε, ως αντίδραση της καθ' ης στην επικείμενη είσοδο ανταγωνιστικού προμηθευτή στο κατάστημα, εσωτερική συνεννόηση της δεσπόζουσας επιχείρησης για *«τυχόν προωθητική ενέργεια»* στο

---

[819] Περί της οποίας βλ. στην οικεία ενότητα.
[820] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
[821] Ως σχόλιο του συντάκτη αναφέρεται: «[[…]».
[822] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».
[823] Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι για τον εν λόγω υπάλληλο η ΑΖ δεν υποστηρίζει καν ότι δεν εργάζεται πλέον για την ΑΖ.
[824] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».

συγκεκριμένο σημείο, διαπραγμάτευση με τους ιδιοκτήτες του τελικού σημείου αναφορικά με τη *«συνέχιση της συνεργασίας σε όλα τα επίπεδα και με όλη τη γκάμα των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία υπήρχε* […],και πραγματοποίηση προωθητικής ενέργειας κατόπιν σχετικής συμφωνίας. Αποτέλεσμα των ως άνω ενεργειών υπήρξε η *«ικανοποίηση ιδιοκτητών και κυρίως τελικών καταναλωτών»*, ενώ ταυτόχρονα δόθηκε η δυνατότητα στους υπαλλήλους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να έρθουν σε επαφή κατά τη διάρκεια της εκδήλωσης και με υπεύθυνους άλλων καταστημάτων για την πραγματοποίηση παρόμοιων εκδηλώσεων στα δικά τους σημεία.

725 Σημειώνεται παρεμπιπτόντως, πέραν της σπουδής για τον αποκλεισμό του ανταγωνιστικού προμηθευτή, ότι στην κατάθεσή του κατά τη συνεδρίαση ΕΑ της 31.03.2014 ο μάρτυρας της ΑΖ, […]παρέχει ένα ενδεικτικό παράδειγμα χρήσης της διευρυμένης γκάμας από τη δεσπόζουσα επιχείρηση […][825] *[...]*. Η σημασία της δήλωσης αυτής αναδεικνύεται από την προσκομιζόμενη από την ΑΖ μελέτη της […] που καταγράφει ότι από τα 10 πρώτα σε διαθεσιμότητα σήματα ζύθου στα τελικά σημεία τα […] είναι της ΑΖ, ενώ επίσης όλα τα […] πρώτα διαθέσιμα σήματα είναι επίσης της καθ' ης.

726 Στην καφετέρια […][826], σύμφωνα με την αναφορά του πωλητή […], στόχοι της εταιρίας υπήρξαν η *«ανάπτυξη γκάμας και συσκευασιών»* και η *«[μ]εγιστοποίηση πωλήσεων σε παραγόμενες και εισαγόμενες μάρκες»*. Οι ενέργειες που έλαβαν χώρα προς επίτευξη των ως άνω στόχων συνίστανται στην […]. Ως απολογισμός των ως άνω ενεργειών αναφέρεται: *«[ά]μεσα πολύ καλές καταναλώσεις αναλογικά για όλες τις μάρκες»*, *«[π]είσαμε ότι το portfolio των μαρκών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας καλύπτει τις ανάγκες των πελατών της κατηγορίας μπίρας», «ενδυνάμωση των εμπορικών και διαπροσωπικών σχέσεων των υπευθύνων με την Α.Ζ.», κ.λπ.* Στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α. στο εν λόγω κατάστημα το 2010, οι εκπρόσωποί του[827] δήλωσαν σχετικά: *«[δ]ουλεύουμε μόνο με τις μπύρες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας,* […]*». Το μαγαζί δουλεύει από το 2005, από την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος προμηθευόμαστε τις ίδιες μπύρες»*. Εξάλλου, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η καθ' ης κατέβαλε προς το συγκεκριμένο σημείο: α) για το έτος 2005, ποσό […], β) για το έτος 2006, ποσό […] και γ) για το έτος 2007, ποσό […][828].

[………]

727 […] στην περίπτωση του μπαρ […], στην έκθεση του υπαλλήλου […][829] αναφέρονται ως στόχοι για τα προϊόντα μπίρας οι εξής: «[τ]οποθέτηση μπίρας […], ως αποκλειστικής στην κατηγορία της» και «[κ]αλύτερη προώθηση της βασικής ετικέτας […], έναντι οποιασδήποτε άλλης ετικέτας που προωθείται ως local beer». Σύμφωνα με όσα καταγράφονται στο ενημερωτικό σημείωμα, ενέργειες της εταιρίας για

---

[825] Πρβλ. […] τμήμα της οποίας […].
[826] Σημείωμα επισυναφθέν σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με ημερομηνία αποστολής 21.11.2005. Το σημείωμα έχει τίτλο «[…]» και αναφέρει ως περίοδο «[…]..
[827] Στο υποβληθέν εκ της Ε.Α. ερωτηματολόγιο απάντησαν εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» που διατηρεί το κατάστημα οι […] και […].
[828] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία […] (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά ως καταβολές της καθ' ης προς το συγκεκριμένο σημείο: […].
[829] Βλ. σχετ. ηλεκτρονικό αρχείο με την ονομασία «[…]».

την επίτευξη των ως άνω στόχων αποτέλεσαν η […]. Με τις αναφερθείσες ενέργειες επιτεύχθηκε («Αποτελέσματα») η «αποκλειστικότητα μπίρας […]» και το «γέμισμα των χώρων ψύξης στον αποθηκευτικό χώρο εκτός bar, μόνο με […], για τροφοδότηση παγωμένης μπίρας κατά την διάρκεια των parties»[830]. Από τα ανωτέρω προκύπτει η πίεση του σημείου για αποκλειστική προμήθεια από την καθ' ης στο σήμα […]και αύξηση των αγορών του στα λοιπά σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω παροχών και αποθεματοποίησης / χρήσης των χώρων ψύξης μόνο για προϊόντα της ΑΖ.

Αξιολόγηση των απόψεων της καθ' ης

728 Στο υπόμνημά της της 04.03.2014, η ΑΖ εμμέσως ομολογεί ότι εν γένει οι αναφορές των πωλητών […], και άλλων συνιστούν πρακτικές αποκλεισμού, εντούτοις ισχυρίζεται ότι οι εν λόγω πωλητές ερμήνευσαν εσφαλμένα την μέθοδο […] και παρερμήνευσαν το σκοπό της ΑΖ και ότι η πλειονότητα αυτών[831] που ανήκε στη Διεύθυνση Βορείου Ελλάδας παρερμήνευσε σχετική εταιρική παρουσίαση που έλαβε χώρα στα γραφεία της ΑΖ στη Θεσσαλονίκη, παραθέτει δε και σχετική ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της ΑΖ […] (σχετικό **ΤΣ/11Α)**.

729 Ωστόσο, οι ισχυρισμοί της ΑΖ αβασίμως προβάλλονται, για τους ακόλουθους, ενδεικτικά, λόγους οι οποίοι θα εκτεθούν αναλυτικότερα στη συνέχεια: πρώτον, δεν είναι νοητό να υφίστανται τόσο πολλοί πωλητές[832] που τυχαίως παρερμήνευσαν (με τον ίδιο παράνομο τρόπο την εν λόγω μέθοδο), χωρίς να υπάρχει σχετική κατεύθυνση ή τουλάχιστον ανοχή από την εταιρία· δεύτερον, τα σχετικά στοιχεία συγκλίνουν με πληθώρα άλλων αποδεικτικών στοιχείων που αποδεικνύουν την υιοθέτηση πρακτικών αποκλεισμού από την ΑΖ· τρίτον, η ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης είναι αντικειμενική, πράγμα που σημαίνει ότι ευθύνεται για την επίβλεψη και εποπτεία των ενεργειών και εν γένει για τις πράξεις και τις παραλείψεις των υπαλλήλων της που προβαίνουν σε αντιανταγωνιστικές πρακτικές[833]· τέταρτον, η ΑΖ δεν αποδεικνύεται (ούτε καν επικαλείται, η ίδια) ότι προέβη στις απαραίτητες ενέργειες (κυρώσεις, εγγράφως αποδεικνυόμενα μέτρα άρσης της «παρερμηνείας» και μελλοντικής αποτροπής της) και άλλα ειδικά μέτρα θεραπείας της επικαλούμενης παρερμηνείας των οδηγιών της[834], και όλα αυτά παρότι διευθυντικά στελέχη είχαν ενημερωθεί. Το προβαλλόμενο από την καθ' ης επιχείρημα ότι αρκετοί εκ των παραπάνω πωλητών δεν εργάζονται πλέον για την ΑΖ ([…]) δεν μπορεί βεβαίως να γίνει δεκτό, καθώς, ελλείψει αιτιολογίας για αυτό, θα μπορούσε αυταπόδεικτα να συνιστά είτε τυχαίο γεγονός είτε ακόμη και συγκάλυψη των εδώ εκτιθέμενων πρακτικών, ενώ, σε κάθε περίπτωση, δεν μπορεί μια επιχείρηση να αποσείσει τις ευθύνες της για παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού με τον τρόπο αυτό. Εξάλλου, για πλειάδα άλλων πωλητών, η ΑΖ δεν κάνει σχετική αναφορά ([…]).

730 Επιπλέον, σε σχέση με τον ισχυρισμό ΑΖ ότι δεν ελήφθησαν υπόψη συλλεγείσες από τη ΓΔΑ αναφορές των πωλητών της, (ΣΧΕΤΙΚΟ υπομνήματος ΑΖ της 04.03.2014 ΤΣ/10Ζ) οι οποίες αποδεικνύουν, κατ'

[830] Ως σχόλιο του συντάκτη καταγράφεται: […]».
[831] Δηλαδή οι ακόλουθοι πωλητές: […].
[832] Οι οποίοι ενδεικτικά αναφέρονται ενώ υπάρχουν και άλλες περιπτώσεις όπως λ.χ. αυτή του […] στον […] (στη σχετική αναφορά στον άξονα […], ο έτερος πωλητής ΑΖ […]).
[833] Γεγονός του οποίου η ΑΖ έχει πλήρη επίγνωση – βλ. και πρακτικά συνεδρίασης ΕΑ της 31.03.2014, σ. 96 […].
[834] Βλ. και πρακτικά συνεδρίασης ΕΑ της 21.03.2014, σ. 55.

αυτήν, τα προ-ανταγωνιστικά αποτελέσματα της […] και το θεμιτό σκοπό της […][835], υπενθυμίζεται ότι εξ επόψεως αποδεικτικής ισχύος, αφενός η Αρχή δεν είναι υποχρεωμένη να εξετάζει όλα τα αποδεικτικά στοιχεία, αλλά μπορεί να επικεντρώνει σε αυτά που κατά τη γνώμη της έχουν τη σημαντικότερη αποδεικτική αξία, και, αφετέρου, το γεγονός ότι μπορεί να προέβαινε σε θεμιτή εφαρμογή στοιχείων μιας εμπορικής στρατηγικής δεν αποκλείει και άρα ούτε και αποκρούει το γεγονός ότι πολλές περιπτώσεις εφαρμογής της εμπορικής της στρατηγικής ενείχαν αντι-ανταγωνιστικό χαρακτήρα.

731 Σημειώνεται ότι πριν […], σε υπηρεσιακό σημείωμα ημερομηνίας 19.01.2004[836] του […] προς το […] με κοινοποίηση το […], προτείνεται πλάνο διαφημιστικής δράσης συνιστάμενης κυρίως στη χορήγηση […]. Η πρόταση του στελέχους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποσκοπεί, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στο σημείωμα, *«στην καταπολέμηση των άλλων μαρκών στο νομό Μαγνησίας με μία νέα αρχή για το προϊόν "ΑΛΦΑ" σε συγκεκριμένα σημεία και περιοχές»*, ενώ κρίνει ότι η *«συγκεκριμένη πρόταση θα μπορούσε να έχει πιλοτικό χαρακτήρα στο νομό Μαγνησίας και ανάλογα με τα αποτελέσματα να συνεχιστεί και σε άλλες περιοχές»*. Όπως μάλιστα επισημαίνει: *«η υλοποίηση των προαναφερθέντων προτάσεων είναι επιτακτική για την καταπολέμηση των άλλων μαρκών στο νομό Μαγνησίας, όπου όπως αντιλήφθηκα από τις παρουσιάσεις των πωλήσεων που έλαβε χώρα στις […]2004, αντιμετωπίζει το μεγαλύτερο πρόβλημα στο σύνολο των περιοχών της Διεύθυνσης Βορείου Ελλάδος. Πιστεύω πως η επιτυχία των προαναφερθέντων ενεργειών θα έχει πολλαπλό κέρδος για την εταιρεία μας και θα καλύψει το κόστος των παροχών και του διαφημιστικού υλικού σε βάθος χρόνου»*.

732 Συναφώς, σε πρόχειρες σημειώσεις που εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006 αναφέρεται ως τρόπος βελτίωσης της πώλησης μπίρας η *«μείωση άλλων μαρκών»*. Συντάκτης των σημειώσεων είναι ο υπάλληλος της καθ' ης, […][837].

733 Από τα παραπάνω ανακύπτει ως κεντρική στρατηγική της καθ' ης η υιοθέτηση πρακτικών αποκλεισμού και ενεργού παρεμπόδισης ανταγωνιστικών σημάτων («καταπολέμηση άλλων μαρκών») μέσω παροχών, προβαίνοντας μάλιστα σε ανάλυση κόστους – οφέλους, και δη υπολογίζοντας ότι σε βάθος χρόνου, το κέρδος από την «καταπολέμηση των άλλων μαρκών» θα είναι πολλαπλό για την καθ' ης και θα καλύψει το κόστος των παροχών και του διαφημιστικού υλικού που δίνονται για την επίτευξη του εκτοπισμού των ανταγωνιστών.

734 Στο υπόμνημα της 04.03.2014, η ΑΖ επικαλείται σε σχέση με το πρώτο ως άνω έγγραφο, ότι επρόκειτο για πρόταση του πωλητή της ΑΖ που αφορά την ενίσχυση της παρουσίας της μπίρας Άλφα στο νομό […] λόγω των μειωμένων πωλήσεων που παρουσιάζονται στο συγκεκριμένο νομό, ωστόσο δεν έγινε

[835] Άλλωστε και η σχετική με το εν λόγω τελικό σημείο πώλησης έκθεση του πωλητή […] δεν είναι απαλλαγμένη αντιανταγωνιστικών αναφορών: «*άνοιξε και ο δρόμος για άλλες μάρκες μας (Fischer, Murpy's, Stout) που αντικατέστησαν κάποιες ξένες. Η σχέση προϊόντων μας και καταστήματος έγινε σχεδόν απόλυτη από καλή που ήταν. […] Το πραγματικό ενδιαφέρον μας για το σημείο εκτιμήθηκε από τον πελάτη μας, και αυτός έγινε ένθερμος υποστηριχτής των μαρκών και της εταιρίας μας*».
[836] Ηλεκτρονικό αρχείο με ονομασία «[…]» που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της Υπηρεσίας στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 24.05.2006.
[837] Σύμφωνα με την Αθηναική Ζυθοποιία ο εν λόγω υπαλληλος εργαζόταν […].

αποδεκτή από τα υψηλόβαθμα στελέχη της AZ και ακολούθως δεν υλοποιήθηκε ποτέ. Για να στηρίξει τον ισχυρισμό αυτό επικαλείται την ένορκη κατάθεση της 20.02.2014 του […]. Η αποδεικτική ισχύς του εν λόγω σύγχρονου εσωτερικού εγγράφου της AZ είναι, ωστόσο, σημαντική και το έγγραφο καταδεικνύει τους άξονες της στρατηγικής και τη στόχευση της καθ' ης. Η δήλωση ότι επρόκειτο για πρόταση που δεν υλοποιήθηκε, ενσωματώνεται σε ένορκη κατάθεση εκ των υστέρων ληφθείσα, μετά την κοινοποίηση της Εισήγησης που περιείχε τις σχετικές αιτιάσεις και ενόψει της εκδίκασης της υπόθεσης και σταθμίζεται έναντι όλων, συνδυαστικά, των συλλεγέντων και εδώ εκτιθέμενων αποδεικτικών στοιχείων. Ιδίως, δεν προκύπτει καμία θετική πράξη της εταιρίας ή του Διευθυντή Πωλήσεων ή κάποιου μέλους της ιεραρχίας προκειμένου να εποπτεύσει και οδηγήσει σε συμμόρφωση με τους κανόνες του ανταγωνισμού τους συναδέλφους του. Η AZ δεν διαψεύδει ότι τα διευθυντικά στελέχη της AZ ελάμβαναν γνώση των σχετικών αντιανταγωνιστικών κινήσεων, αλλά ούτε καν επικαλείται κάποια ενέργεια για την κύρωση και την αποτροπή αυτών. Δεν επικαλείται, επίσης, ότι ελήφθησαν συγκεκριμένα μέτρα για τους εν λόγω υπαλλήλους που συνέταξαν την πρόταση.

735 Σε σχέση, δε, με τον ισχυρισμό της AZ ότι επρόκειτο για ενέργεια της εταιρίας για προάσπιση των εμπορικών της συμφερόντων, είναι σαφές, με βάση την στον οικείο τόπο αναφερόμενη νομολογία των ενωσιακών δικαστηρίων, ότι οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις δεν συγχωρείται να καταφεύγουν σε πρακτικές αποκλεισμού ούτε αυτές μπορεί να δικαιολογηθούν αντικειμενικώς εφόσον δεν θίγονται νόμιμα εμπορικά συμφέροντα της επιχείρησης[838]. Σύμφωνα με τη νομολογία, *δεδομένης της ιδιαίτερης ευθύνης που φέρουν οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις να μη θίγουν τον ανταγωνισμό, εναπόκειται στις επιχειρήσεις αυτές να υιοθετούν συμπεριφορές που να αναλογούν προς τους σκοπούς τους οποίους επιδιώκουν. Οι δικαιολογίες τις οποίες επιτρέπει η νομολογία στο πλαίσιο του άρθρου 102 της Συνθήκης δεν παρέχουν στη δεσπόζουσα επιχείρηση τη δυνατότητα να αποδείξει ότι οι επίμαχες πρακτικές συνεπάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα οπότε μπορούν δικαιολογημένως να επιτραπούν, αλλά μόνον ότι οι εν λόγω πρακτικές αποσκοπούν στην εύλογη προστασία των εμπορικών συμφερόντων της έναντι των ενεργειών στις οποίες προβαίνουν ορισμένοι τρίτοι και, κατά συνέπεια, ότι δεν συνιστούν, στην πραγματικότητα, καταχρηστικές πρακτικές*[839]. Κανένας λόγος αντλούμενος από τη διάθεση καταπολέμησης του ανταγωνισμού δεν μπορεί συνεπώς να δικαιολογήσει παράβαση του άρθρου 102 της Συνθήκης, αλλά στην έννοια της αντικειμενικής δικαιολόγησης εμπίπτει μόνο η προστασία, με αναλογικά μέσα, των *νόμιμων* εμπορικών συμφερόντων της επιχείρησης.

736 Σε σχέση με την επίκληση, στο ίδιο υπόμνημα, του επιχειρήματος ως προς το εσωτερικό σημείωμα του υπαλλήλου της AZ […] ότι έπρεπε να ληφθεί υπόψη η θέση των εν λόγω προσώπων στην AZ και ο αυθόρμητος και απερίσκεπτος χαρακτήρας τους δεδομένης της φύσης της δουλειάς τους η οποία

---

[838] Η διατήρηση ή/και ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της δεν μπορεί να συνιστά εύλογο εμπορικό συμφέρον της εταιρίας, ούτε οι παρεμποδιστικές πρακτικές που εφάρμοζε μπορούν να θεωρηθούν εύλογες ή/και δικαιολογημένες για την προστασία των όποιων συμφερόντων της. Εξάλλου, η παραδοχή από μέρους της ότι έστω και μέρος της συμπεριφοράς της σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε ως «αντίδραση» στη διαφαινόμενη απειλή των ανταγωνιστών της, επιβεβαιώνει, κατά την άποψη της Επιτροπής, την ακολουθούμενη εκ μέρους της καταγγελλόμενης στρατηγική παρεμπόδισης και περιορισμού των δυνατοτήτων ανάπτυξης των ανταγωνιστών της στην αγορά. Βλ. και απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty.

[839] Βλ. και απόφαση ΠΕΚ, Atlantic Container Line AB και λοιποί κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 1114 και 1120.

συνδέεται εκ των πραγμάτων αναπόσπαστα με την αύξηση των πωλήσεών τους, το επιχείρημα αυτό αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλεται δεδομένου ιδίως, αφενός, ότι η ευθύνη της ΑΖ είναι αντικειμενική[840] και καταλαμβάνει και τις ενέργειες των υπαλλήλως της και, αφετέρου, ότι τα αποδεικτικά στοιχεία είναι πολλαπλά και συγκλίνοντα. Η αντικειμενική ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης ισχύει ακόμη περισσότερο σε σχέση με την επίβλεψη των πρακτικών που υλοποιούνται από υπαλλήλους της των οποίων η φύση των καθηκόντων και άρα η κρινόμενη απόδοσή τους συνδέεται με την αύξηση των πωλήσεών τους[841].

737 Εν γένει σε σχέση με τις ανωτέρω εσωτερικές αναφορές, στα υπομνήματά της και στη συζήτηση ενώπιον της Επιτροπής, η ΑΖ ουσιαστικά δεν αμφισβήτησε την παρεμποδιστική φύση των εκεί αναφερομένων. Υποστήριξε, ωστόσο, ότι πρόκειται για μεμονωμένες αναφορές πωλητών ως προς την πρακτική εφαρμογή της μεθόδου […], που δεν λαμβάνει υπόψη την επίσημη θέση της ΑΖ όπως εκφράζεται στις παρουσιάσεις υψηλόβαθμων στελεχών της ΑΖ ή ότι αφορούσε υποκειμενικά κίνητρα και παρανόηση των υπαλλήλων της εταιρίας[842]. Ωστόσο, τα σχετικά επιχειρήματα της ΑΖ αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλονται ενώ η καθ' ης παραγνωρίζει το γεγονός ότι η ευθύνη της είναι αντικειμενική, έτι δε περισσότερο δεδομένου του μεγέθους της, των οικονομικοτεχνικών μέσων της, και των προδιαγραφών ελέγχου και συμμόρφωσης με τη νομοθεσία που ισχυρίζεται ότι εφαρμόζει. Πέραν, δηλαδή, της εκ του νόμου γενικής υποχρέωσης της εταιρίας να συμμορφώνεται στους κανόνες του ανταγωνισμού, το εσωτερικό σύστημα ελέγχου και παρακολούθησης συμμόρφωσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεν μπόρεσε να αποτρέψει την εκδήλωση των ως άνω συμπεριφορών[843].

738 Αντιθέτως, η εν λόγω παράνομη εμπορική προσέγγιση, η οποία ήταν σε πλήρη γνώση υψηλόβαθμων στελεχών της ΑΖ, όχι απλώς φωτίζει (τόσο η ίδια αφ' εαυτής όσο και σε συνδυασμό με την πληθώρα των άλλων εκτιθέμενων αποδεικτικών στοιχείων) τις εδώ εκτιθέμενες αναφορές των υπαλλήλων της ΑΖ, αναδεικνύοντας τη στρατηγική αποκλεισμού που εφάρμοζε η ΑΖ, αλλά και επιβεβαιώνει το στόχο «καταπολέμησης» των σημάτων των ανταγωνιστών μέσω της χορήγησης συγκεκριμένων παροχών στους πελάτες – τελικά σημεία, κάβες και μίνι μάρκετ.

739 Η ΑΖ υποστήριξε επίσης[844] ότι η ΑΖ ουδεμία πρόθεση είχε για επιβολή αποκλειστικότητας μέσω της στρατηγικής […], επιχείρημα που εν πάση περιπτώσει αλυσιτελώς προβάλλεται ενόψει των

---

840 Υπενθυμίζεται ότι η συμπεριφορά μιας δεσπόζουσας επιχείρησης μπορεί να θεωρηθεί καταχρηστική ανεξαρτήτως πταίσματος (βλ. απόφαση του Πρωτοδικείου της 1ης Απριλίου 1993, T-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλογή 1993, σ. II-389, σκέψη 70 και απόφαση ΠΕΚ της 09.09.2009 στην υπόθεση T‑301/04, Clearstream Banking AG κ.ά. κατά Επιτροπής, σκ. 143 επ.).

841 Βλ. […].

842 Ειδικότερα, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι η Υπηρεσία εσφαλμένα ερμήνευσε ότι ορισμένες από τις συλλεγείσες αναφορές εμπεριείχαν πρόθεση αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού ενώ δεν έλαβε υπόψη της άλλες συλλεγείσες αναφορές που καταδεικνύουν σαφώς τον επιδιωκόμενο σκοπό της ΑΖ και ότι επικεντρώθηκε μεμονωμένα σε αναφορές ορισμένων πωλητών, οι οποίοι δεν είχαν αντιληφθεί ορθά τους σκοπούς […] και των παραμέτρων της, όπως είχαν παρουσιασθεί από τα στελέχη της ΑΖ που εκφράζουν και την θέση της ΑΖ ως προς τη στρατηγική πωλήσεών της. Βλ, αναλυτικά το από 4.3.2014 Υπόμνημα της καθ΄ης σελ. 142 επ.

843 Βλ. δε και την προς την αντίθετη κατεύθυνση κατατείνουσα πολιτική «[…]» η οποία αναλύεται στο οικείο κεφάλαιο

844 Βλ. ενδεικτικά υπόμνημα ΑΖ 04.03.2014, σελ. 142 επ.

προεκτεθέντων και της αντικειμενικής έννοιας της κατάχρησης[845]. Η ΑΖ αποδέχεται ότι η συγκεκριμένη μέθοδος αποτελεί μία κωδικοποίηση των εργασιών που καλείται να εκτελέσει ένας πωλητής στα τελικά σημεία[846]. Η καθ' ης ισχυρίστηκε ότι σκοπός της μεθόδου είναι η αύξηση των πωλήσεων του ζύθου ως κατηγορίας ποτού σε σχέση με τα υπόλοιπα οινοπνευματώδη ποτά *("share of throat")* και αναφέρεται στις διευκρινίσεις του τότε Διευθυντή Πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ο οποίος επί ερωτηματολογίου της ΓΔΑ κατά την από 21.07.2008 επιτόπια έρευνα που είχε διενεργηθεί, δήλωσε ότι η καθ΄ης, δεδομένης της κάμψης των πωλήσεων του ζύθου που παρατηρήθηκε τα τελευταία έτη (αρχές 2000-2005), σε σχέση με τα υπόλοιπα οινοπνευματώδη ποτά, διαθέτει ένα συνολικό budget για την αύξηση των πωλήσεων του ζύθου σε σχέση με τα υπόλοιπα οινοπνευματώδη ποτά (share of throat). Η καθ' ης υποστηρίζει ότι η άνω μέθοδος αποτελεί έναν ολοκληρωμένο τρόπο δουλειάς στο τελικό σημείο για αύξηση των πωλήσεων ζύθου γενικά και όχι μόνο των προϊόντων της ΑΖ, και αφορά όλες τις δραστηριότητες που δύναται να λάβουν χώρα έτσι ώστε ο καταναλωτής να επιλέξει να καταναλώσει μπίρα. Ωστόσο, οι ισχυρισμοί αυτοί είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι.

740 Κατ΄αρχάς, λαμβάνεται υπόψη ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξετάζει συγκεκριμένες επιτυχημένες περιπτώσεις εφαρμογής της πολιτικής της εταιρίας (από πραγματικές εκθέσεις στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τελικά σημεία) οι οποίες φέρουν την ένδειξη «ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ» ως αποτέλεσμα των ενεργειών που προβλέπει η ως άνω στρατηγική της εταιρίας σε σχέση με τα προϊόντα της και συνεπώς αποδεικνύεται εναργώς η στόχευση της διοίκησης και η γενική πολιτική της εταιρίας. Επίσης, το επιχείρημα ότι το […] αφορά την προώθηση των πωλήσεων μπίρας συνολικά ως κατηγορία αντικρούεται από πολλές αναφορές πωλητών – υπαλλήλων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εφάρμοσαν το εν λόγω σύστημα και οι οποίες εκτίθενται αναλυτικά στη συνέχεια, και δεν υποστηρίζεται καν από αυτές τις επιλεγμένες που προσκομίζει η ίδια η καθ΄ης[847].

741 Συναφώς κατά την ακροαματική διαδικασία ο ίδιος μάρτυρας της καθ' ης αναγνώρισε ότι η στρατηγική αυτή εντάσσεται στο πλαίσιο αποτροπής της πτώσης των μεριδίων αγοράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: *«εμείς βλέποντας μετά από το 2000, 2001, διότι αρχίζει να πέφτει το μερίδιο,* […], *θα πρέπει να αλλάξουμε τον τρόπο σκέψης»*[848].

742 Περαιτέρω, σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς της καθ' ης, το γεγονός ότι οι συγκεκριμένες στρατηγικές μάρκετινγκ […] μπορεί να εμπεριέχουν και νόμιμες πρακτικές […], αλυσιτελώς προβάλλεται και ουδόλως αναιρεί το γεγονός της εφαρμογής, επίσης, στο πλαίσιο αυτών, των αντιανταγωνιστικών πρακτικών αποκλεισμού που περιγράφονται στην παρούσα και για τις οποίες, και μόνο, ελέγχεται, ούτε

[845] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34 και ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, καθώς και αποφάσεις ΔΕΚ C-85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 91, ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σ. 3461, σκ. 70, ΔΕΚ C-62/86 AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 σ. I-3359, σκ. 69, ΠΕΚ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993 σ. II-389, σκ. 67, ΠΕΚ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σ. II-5917, σκ. 241, απόφαση ΠΕΚ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010 σ. II 4361 σκ. 38, καθώς και απόφαση ΔΕΕ C-549/10 P Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 17. Βλ. επίσης απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty), ΕΑ 207/ΙΙΙ/2002, ό.π. και απόφαση ΕΑ 59/1993.
[846] Είναι αξιοσημείωτο ότι στο υπόμνημά της η ΑΖ συνδέει στο πλαίσιο αυτό την υιοθέτηση συστήματος CRM, επισημαίνοντας ότι […].
[847] Βλ. υπό σχετ. ΤΣ10 του από 4.3.2014 Υπομνήματός της.
[848] Βλ. Κατάθεση […], πρακτικά συνεδρίασης ΕΑ της 31.03.2014, σ. 98.

μεταβάλλει το γεγονός ότι εφαρμόστηκαν και κατά τρόπο και με το σκοπό παρεμπόδισης του ανταγωνισμού κατά τα αναλυτικώς εκτιθέμενα στην παρούσα.

743 Επίσης, δεν είναι ορθή η ερμηνεία που επιχειρεί η ΑΖ ότι η στρατηγική αποκλεισμού που υιοθετείται από μία επιχείρηση πρέπει να προέρχεται από στελέχη που ανήκουν στο προσωπικό της διευθύνσεως της επιχειρήσεως ή να διατυπώνονται στο πλαίσιο επισήμων παρουσιάσεων, στα όργανα λήψεως αποφάσεων, ή ενημερωτικών εγγράφων που έτυχαν ιδιαίτερης επεξεργασίας. Εξάλλου, δεν είναι, σε κάθε περίπτωση, πειστικό ότι η πληθώρα των εγγράφων των υπαλλήλων της ΑΖ που αναφέρονται σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών (και δη των ανταγωνιστικών σημάτων ζύθου, παρά τα περί του αντιθέτου προβαλλόμενα από την καθ' ης[849]) και μάλιστα στο πλαίσιο μιας σειράς πρακτικών που, όπως εκτίθεται στο οικείο σημείο, κατέτεινε σε πολύχρονη, ενιαία, συμπεριφορά αποκλεισμού, συνιστούν τυχαίο περιστατικό, πολλώ δε μάλλον δεδομένου ότι καμία κύρωση ή έγγραφη παρατήρηση ή εσωτερικός έλεγχος δεν απεδείχθη ότι έλαβε χώρα σχετικά, και η διοίκηση ή διευθυντικά στελέχη της εταιρίας σε πλείστες περιπτώσεις έλαβαν γνώση ή και συμμετείχαν σε εφαρμογή στρατηγικής ή πρακτικών αποκλεισμού ανταγωνιστών[850]. Ομοίως, η διεύθυνση της επιχείρησης είχε γνώση ότι υπήρχαν κίνητρα στους πωλητές για την εφαρμογή των εν λόγω αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών, η οποία, επιπλέον, θα είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση της επίδοσης των πωλητών κατά τα προεκτεθέντα.

744 Οι ως άνω ισχυρισμοί της καθ' ης είναι απορριπτέοι ως αβάσιμοι και δεν αποτυπώνουν τα κριθέντα στις αποφάσεις των ενωσιακών δικαστηρίων. Αντίθετα προς τους ισχυρισμούς της ΑΖ, κατά πάγια νομολογία, επιπροσθέτως και χωρίς να αναιρείται ο αντικειμενικός χαρακτήρας της έννοιας της κατάχρησης, είναι σαφές ότι στοιχεία που καταδεικνύουν την πρόθεση της δεσπόζουσας επιχείρησης να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της, ιδίως όταν τα στοιχεία αυτά συνιστούν εσωτερικά έγγραφα της δεσπόζουσας επιχείρησης, λαμβάνονται υπόψη ως άμεσα αποδεικτικά στοιχεία κατά την ερμηνεία των εμπορικών πρακτικών της δεσπόζουσας επιχείρησης. Συναφώς, τέτοιου είδους στοιχεία συμβάλλουν στην κατανόηση των πιθανών αποτελεσμάτων των εμπορικών πρακτικών μιας δεσπόζουσας επιχείρησης και, κατ' αυτό τον τρόπο, στην κατανόηση των υπό εξέταση συμβάντων και στην πρόβλεψη των συνεπειών τους στο επίπεδο ανταγωνισμού της εξεταζόμενης κάθε φορά αγοράς[851]. Μολονότι για την κατάφαση καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσεως δεν είναι αναγκαία η απόδειξη του εσκεμμένου χαρακτήρα της συμπεριφοράς, η πρόθεση δεν παύει να αποτελεί σημαντική παράμετρο η οποία δύναται, εφόσον τούτο κρίνεται αναγκαίο, να λαμβάνεται υπόψη από την Επιτροπή. Το επισημανθέν από την καθ' ης στοιχείο ότι η έννοια της καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσεως είναι αντικειμενική και δεν προϋποθέτει πρόθεση βλάβης δεν συνεπάγεται ότι η πρόθεση προσφυγής σε πρακτικές ξένες προς τον θεμιτό ανταγωνισμό στερείται εν πάση περιπτώσει σημασίας, καθώς αυτή

---

[849] Όπως προκύπτει πέραν αμφιβολίας και από την ίδια τη διατύπωση των εδώ εκτιθέμενων αναφορών και άλλων αποδεικτικών στοιχείων.

[850] Βλ. όλως ενδεικτικώς το προεκτεθέν μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου με συνημμένες τις αναφορές των πωλητών που αποτυπώνουν πρακτικές αποκλεισμού στο πλαίσιο […], το οποίο εστάλη από […]. Το ηλεκτρονικό μήνυμα εντοπίστηκε στον επιτόπιο έλεγχο της Υπηρεσίας, της 24.05.2006, στα γραφεία της εταιρίας.

[851] Απόφαση ΕΑ 520/2011 (Tasty), παρ. 174, και, ενδεικτικά αποφάσεις ΓενΔικ Τ-321/05 Astra Zeneca κατά Επιτροπής, σκ. 359, ΠΕΚ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 35 και 39, ΠΕΚ Τ-201/04 Microsoft κατά Επιτροπής Συλλ. 2007, σελ. ΙΙ-3601, σκ. 759, 1347 κ.αλ.

δύναται να λαμβάνεται υπόψη προς στήριξη του συμπεράσματος ότι η οικεία επιχείρηση προέβη σε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσεως, έστω και αν ένα τέτοιο συμπέρασμα πρέπει κατ' αρχήν να θεμελιώνεται επί της αντικειμενικής διαπιστώσεως ότι η καταχρηστική συμπεριφορά υιοθετήθηκε στην πράξη[852].

745 Υπενθυμίζεται περαιτέρω ότι, κατά τη νομολογία, «εν όψει εφαρμογής του άρθρου [102 ΣΛΕΕ], η απόδειξη του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό σκοπού και του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματος ταυτίζονται… Συγκεκριμένα, εάν αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά επιχειρήσεως κατέχουσας δεσπόζουσα θέση έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, η εν λόγω συμπεριφορά θα είναι επίσης ικανή να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα»[853] και ότι: «…οσάκις μία ή περισσότερες επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση θέτουν πράγματι σε εφαρμογή πρακτική με σκοπό τον εξοβελισμό ανταγωνιστή, το γεγονός ότι δεν επιτεύχθηκε το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα δεν αρκεί για να απαλειφθεί ο χαρακτηρισμός της καταχρήσεως δεσπόζουσας θέσεως κατά την έννοια του άρθρου [102 ΣΛΕΕ]»[854].

746 Σε κάθε περίπτωση, τα σχετικά στοιχεία είναι ένας από τους αποδεικτικούς πυλώνες της υπόθεσης. Η δυνατότητα πρόκλησης αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων είναι εγγενής στις πρακτικές αποκλειστικότητας της δεσπόζουσας επιχείρησης, και επιπλέον τεκμηριώνεται, εν προκειμένω, λαμβάνοντας υπόψη συνολικά πληθώρα αντικειμενικών στοιχείων που αφορούν, μεταξύ άλλων, στη θέση που κατέχει η δεσπόζουσα ΑΖ στην αγορά, στις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά, στη θέση των ανταγωνιστών της δεσπόζουσας επιχείρησης, σε αποδεικτικά στοιχεία αποκλεισμού, καθώς και στο χαρακτήρα, στην ένταση, στο βαθμό, στην αλληλουχία και συμπληρωματικότητα των καταχρηστικών πρακτικών που αυτή εφαρμόζει, συμπεριλαμβανομένων εγγράφων αποδείξεων για το είδος των επιμέρους καταχρηστικών πρακτικών και την εφαρμογή τους στην πράξη. Κατά συνέπεια, η κρίση της Επιτροπής δεν βασίζεται αποκλειστικά, αλλά συμπληρωματικά, στη διαπιστωθείσα πρόθεση της ΑΖ να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της και στην κατά τα προεκτεθέντα υλοποίηση, από τους πωλητές της, των πρακτικών αντιανταγωνιστικού αποκλεισμού. Συνεκτιμώνται, δε, τα προαναφερθέντα άμεσα αποδεικτικά στοιχεία στρατηγικής αποκλεισμού – όπως σαφώς προβλέπεται και ακολουθείται στην εθνική και ενωσιακή νομολογία και στην πρακτική των αρχών ανταγωνισμού. Εν προκειμένω, τα εσωτερικά αυτά έγγραφα διαγράφουν με ενάργεια τη στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της, επιβεβαιώνοντας τον έντονα αντιανταγωνιστικό χαρακτήρα των πρακτικών της καθ' ης.

747 Απορριπτέος είναι, συναφώς, ο ισχυρισμός της ΑΖ ότι η στρατηγική αποκλεισμού των ανταγωνιστών της αφορούσε μεμονωμένα περιστατικά. Η όλη στρατηγική της ΑΖ, όπως διαφαίνεται από τα εκτιθέμενα στην παρούσα, δεν περιορίζεται στις αναφορές των στελεχών της ΑΖ, αλλά επιβεβαιώνεται πολλαπλώς, από τη γενική αλληλουχία της επιχειρηματικής της δραστηριότητας και τις συγκεκριμένες πρακτικές που χρησιμοποιήθηκαν από αυτήν καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου, από εσωτερικά έγγραφα, και από τα πολλά άλλα συγκλίνοντα στοιχεία περί των οποίων γίνεται λόγος στην

---

[852] ΓενΔικ T-321/05 Astra Zeneca κατά Επιτροπής, σκ. 359.
[853] Βλ. αποφάσεις ΠΕΚ T-203/01 Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II) Συλλ. 2003 σελ. II-4071, σκ. 241 και ΠΕΚ T-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. II-2969, σκ. 170
[854] Απόφαση ΠΕΚ T-24/93 Compagnie Maritime Belge κατά Επιτροπής Συλλ. 1996, σελ. II-1201, σκ. 149.

παρούσα απόφαση.

748 Σε κάθε περίπτωση, δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι η πρακτική αποκλεισμού έγινε για την προστασία εύλογων εμπορικών συμφερόντων της ΑΖ, αλλά αφορά σε μαχροχρόνιες αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές της καθ' ης στην αγορά του ζύθου – οι οποίες στρέφονταν εναντίον των πραγματικών και δυνητικών ανταγωνιστών της. Συναφώς, η προαναφερθείσα στρατηγική της, καθώς και οι πρακτικές που ακολούθησε για την επίτευξή της, δεν συνάδουν με την ιδιαίτερη ευθύνη της εταιρίας να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της τη λειτουργία του ανταγωνισμού στην αγορά και είναι ανεπίτρεπτη κάθε ενέργεια που αποσκοπεί στην ενίσχυση ή κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της [βλ. προεκτεθείσα νομολογία].

749 Απορριπτέοι, τέλος, είναι και οι ισχυρισμοί της ΑΖ ότι τα εν λόγω εσωτερικά έγγραφα που αποτυπώνουν πρόθεση αντι-ανταγωνιστικού αποκλεισμού δεν προέρχονται από υψηλόβαθμα στελέχη της ΑΖ που εκφράζουν την πολιτική της ΑΖ [βλ. υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014 σ. 151]. Και τούτο, διότι τα στοιχεία του φακέλου καταδεικνύουν ακριβώς το αντίθετο. Ότι, δηλαδή, οι σχετικές ενέργειες τελούσαν τουλάχιστον σε γνώση ανώτερων διευθυντικών στελεχών της ΑΖ.

750 Εξάλλου, οι προαναφερόμενοι ισχυρισμοί, εκτός του ότι είναι αβάσιμοι, προβάλλονται και αλυσιτελώς, δεδομένου ότι, μεταξύ άλλων, ο Δ/ντης […] θεωρείται, ούτως ή άλλως, ανώτατο διευθυντικό στέλεχος της εταιρίας που εκφράζει και υλοποιεί στην πράξη την πολιτική της, οι άμεσα εμπλεκόμενοι προϊστάμενοι της […] κατείχαν θέση ευθύνης και εξέφραζαν την πολιτική της, ενώ οι πρακτικές αποκλεισμού αποτυπώνονταν σε έγγραφα των οποίων ελάμβαναν γνώση διευθυντικά στελέχη της καθ' ης κατά τα ανωτέρω. Εξάλλου, όπως εκτίθεται στη συνέχεια, υφίστανται ετερογενή εσωτερικά έγγραφα που αποτυπώνουν αντιανταγωνιστικές πρακτικές και στα οποία συντάκτης ή αποστολές είναι διευθυντικό στέλεχος της ΑΖ. […][855][…]. Και βάσει αυτού του στοιχείου, το οποίο συγκλίνει με τις υπόλοιπες μαρτυρίες, στοιχεία και αναλύσεις που εκτίθενται στην παρούσα ενότητα, συνδέεται η χορήγηση αυξημένων πιστώσεων με την αύξηση των αγοραζόμενων από την καθ' ης ποσοτήτων κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών, και μάλιστα σε κρίσιμες για την αγορά περιόδους[856].

751 Και, περαιτέρω, είναι αντικειμενική η ευθύνη της εταιρίας, η οποία οποία μάλιστα ισχυρίζεται ότι εφαρμόζει προδιαγραφές ελέγχου και παρακολούθησης συμμόρφωσης. Πέραν, δηλαδή, της εκ του νόμου γενικής υποχρέωσης της εταιρίας να συμμορφώνεται στους κανόνες του ανταγωνισμού – είναι προφανές εν προκειμένω ότι το εσωτερικό σύστημα ελέγχου και παρακολούθησης συμμόρφωσης της ΑΖ δεν μπόρεσε να αποτρέψει την εκδήλωση των ως άνω συμπεριφορών (βλ. δε και την προς την αντίθετη κατεύθυνση κατατείνουσα […] -προπαρατεθείσα-).

---

[855] Το κείμενο της πρότασης είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που λήφθηκαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας (σύμφωνα με τις εντολές ελέγχου με αρ. πρωτ. 2852/22.05.06 και 2853/22.05.06). Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από τον […] στον […].

[856] Το κείμενο της πρότασης είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 24.05.2006. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από τον […] στον […].

752 Σε κάθε περίπτωση, πέραν των προεκτεθεισών αναφορών, δεν μπορεί βασίμως να υποστηριχθεί, όπως προβάλλει η ΑΖ, ότι δηλαδή η διοίκηση της επιχείρησης δεν γνώριζε την όλη παρεμποδιστική στρατηγική της εταιρίας, όπως αυτή περιγράφεται στις οικείες ενότητες – πολιτική που αποτυπώνεται, άλλωστε, σε σωρεία εσωτερικών εγγράφων, και άλλων αποδεικτικών στοιχείων, καθώς και στην αλληλουχία και συμπληρωματικότητα των επιμέρους εμπορικών πρακτικών που ακολουθούσε.

753 Σε σχέση, τέλος, με το επιχείρημα της ΑΖ[857] περί του ότι η μέθοδος […] επιφέρει αποτελέσματα που προάγουν τον ανταγωνισμό, πέραν του ότι δεν στηρίζεται με επαρκή, συγκεκριμένα στοιχεία, αλυσιτελώς προβάλλεται, όπως προεκτέθηκε, δεδομένου ότι το ότι στο πλαίσιο αυτής της εμπορικής πολιτικής εφαρμόζονται και θεμιτές εμπορικές πρακτικές δεν αναιρεί το γεγονός της υλοποίησης, επίσης, των εκ φύσεως αντιανταγωνιστικών πρακτικών αποκλεισμού που περιγράφηκαν ανωτέρω και για τις οποίες, και μόνο, κρίνεται.

754 Βάσει όλων των ανωτέρω κατά την κρίση της Επιτροπής η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζει συγκεκριμένη στρατηγική πωλήσεων, η οποία εισήχθη το 2005 και στοχεύει στην αύξηση της παρουσίας των προϊόντων ζύθου της καθ΄ης στα καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας κατ' αποκλεισμό ανταγωνιστικών προϊόντων. Επιχειρηματικό στόχο της καταγγελλόμενης, δηλαδή αποτελούσε ο παραγκωνισμός ανταγωνιστικών προϊόντων ή/και η αποκλειστική διάθεση προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω των διαφόρων διαύλων διανομής, στόχο την εφαρμογή του οποίου παρακολουθούσε στενά.

755 Συμπερασματικώς, οι ως άνω αιτιάσεις της ΑΖ είναι απορριπτέες και τα προεκτεθέντα αποδεικτικά στοιχεία καταδεικνύουν με σαφήνεια ότι οι αντιανταγωνιστικές πρακτικές αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων, αφενός είχαν μεγάλη εμβέλεια (και κάλυπταν την επικράτεια), και αφετέρου σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν υπό την κεντρική καθοδήγηση ανώτερων διευθυντικών στελεχών της καταγγελλόμενης, και με πλήρη επίγνωση των επιδιωκώμενων και πιθανών αποτελεσμάτων τους. Οι εν λόγω συντονισμένες και στοχευμένες ενέργειες συνιστούν, και αυτοτελώς αξιολογούμενες, κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Πρόκειται για αντιανταγωνιστικές ενέργειες, στο πλαίσιο μιας ευρύτερης στατηγικής αποκλεισμού κατά τα προεκτεθέντα, οι οποίες κατατείνουν στην εδραίωση και διατήρηση της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ και έχουν ως αντικείμενο, αλλά και ως αποτέλεσμα, τον περιορισμό, ή ακόμη και την εξάλειψη του ανταγωνισμού, όχι μόνο από την καταγγέλλουσα, αλλά και από τους λοιπούς ανταγωνιστές στην αγορά, προκαλώντας αφενός άμεση ζημία στους καταναλωτές με τη μη δυνατότητα επιλογής ανταγωνιστικών της ΑΖ προϊόντων, και αφετέρου έμμεση ζημία, αφού με τον τρόπο αυτό προσβάλλεται έτι περαιτέρω η ήδη προβληματική δομή της αγοράς[858].

756 Εξάλλου, οι προαναφερόμενοι ισχυρισμοί, εκτός του ότι είναι αβάσιμοι, προβάλλονται και αλυσιτελώς, δεδομένου ότι οι Δ/ντές […] θεωρούνται, ούτως ή άλλως, ανώτατα διευθυντικά στελέχη της εταιρίας που εκφράζουν και υλοποιούν στην πράξη την πολιτική της, και οι άμεσα εμπλεκόμενοι […] Δ/νσης […] κατείχαν θέση ευθύνης και εξέφραζαν επίσης την πολιτική της (όπως άλλωστε και στις

---

[857] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, ενότητα Στ.3.

[858] Βλ. και ΠΕΚ Τ-141/94 Thyssen Stahl AG κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. ΙΙ-347, σκ. 302.

περιπτώσεις των άλλων επάλληλων αντιανταγωνιστικών πρακτικών της καθ΄ης που συνθέτουν την ενιαία παράβαση κατά τα εδώ εκτιθέμενα – επί παραδείγματι τις συμβάσεις αποκλειστικότητας με τα Key accounts υπέγραφαν ανώτερα διευθυντικά στελέχη της ΑΖ που εκπροσωπούσαν νομίμως την εταιρία[859]).

757 Αλυσιτελώς, εξάλλου, προβάλλεται και ο ισχυρισμός ότι οι εν λόγω συμπεριφορές θα πρέπει να θεωρηθούν ότι είναι μεμονωμένα περιστατικά[860]. Και τούτο, διότι – πέραν της εκ του νόμου γενικής υποχρέωσης της εταιρίας να συμμορφώνεται τους κανόνες του ανταγωνισμού – είναι προφανές κατά τα ανωτέρω ότι οι πρακτικές αυτές εντάσσονται στο γενικό και ενιαίο πλαίσιο επάλληλων μακροχρόνιων αντιανταγωνιστικών πρακτικών, που έχουν εκδηλωθεί υλοποιηθεί με πληθώρα συμπεριφορών σε όλους τους διαύλους και επίπεδα διανομής και σε όλη την επικράτεια και τις οποίες, σε κάθε περίπτωση, η εσωτερική ενημέρωση για τους κανόνες ανταγωνισμού της ΑΖ δεν μπόρεσε να αποτρέψει.

758 Συνεπώς, δεν μπορεί βασίμως να υποστηριχθεί ότι η ανώτερη διοίκηση της επιχείρησης δεν γνώριζε την όλη στρατηγική της εταιρίας ως προς τη συνεχή επιδίωξη ελέγχου και κυριαρχίας εφ' όλων των επιπέδων και διαύλων διανομής, του περιορισμού της πρόσβασης των ανταγωνιστών στην αγορά και παρεμπόδισης των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους, και των λοιπών αντιανταγωνιστικών πρακτικών όπως αυτές εκτίθενται στην παρούσα – πολιτική που αποτυπώνεται, άλλωστε, σε συμβάσεις, εσωτερικά έγγραφα, αναφορές υπαλλήλων της ΑΖ και αλληλογραφία, άλλα αποδεικτικά μέσα, καθώς και στην αλληλουχία και συμπληρωματικότητα των επιμέρους πρακτικών που ακολουθούσε.

4. ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΚΑΘ' ΗΣ ΣΕ ΤΕΛΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ

759 Από τα στοιχεία του φακέλου και δη από έγγραφες συμβάσεις περιέχουσες όρους αποκλειστικότητας, καθώς και από τα ιδιαίτερα υψηλής αποδεικτικής αξίας προεκτεθέντα σύγχρονα εσωτερικά έγγραφα της καθ' ης αναφορικά με τις αποκλειστικότητες στα τελικά σημεία (αναφορές […])[861], και εν γένει από συμφωνίες της καθ' ης με τελικά σημεία, από τις μαρτυρίες των τελικών σημείων / πελατών της καθ' ης και των ανταγωνιστών της και από τη συνολική έρευνα της Υπηρεσίας προκύπτει πληθώρα αλληλοσυμπληρούμενων και συγκλινόντων στοιχείων που αποδεικνύουν, πέραν αμφιβολίας, όπως και σε σχέση με τα key accounts, ότι και στα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης υφίστανται συμφωνίες ή επιβολή όρων αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων, κατά τα στην παρούσα ενότητα εκτιθέμενα.

760 Συνοδεύονται, δε οι όροι αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων, κατά κανόνα, από σημαντικές οικονομικές παροχές των οποίων η χορήγηση ανάγεται στη διακριτική ευχέρεια της

---

[859] Και συγκεκριμένα, […].

[860] Ομοίως για το ότι η ΑΖ έχει προβεί σε γραπτές ενημερώσεις και σεμινάρια για την τήρηση της νομοθεσίας ανταγωνισμού (επιχείρημα στο υπόμνημά της της 04.03.2014, σ. 11 το οποίο δεν συνδέει, πάντως, ειδικά με τις εν λόγω εμπορικές στρατηγικές).

[861] Οι αναφορές τελικών σημείων στο πλαίσιο της πολιτικής […] που προεκτέθηκαν αποτελούν μέρος των πρακτικών της καθ' ης σε τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης τα οποία επίσης αναδεικνύουν τη στρατηγική αποκλεισμού της καθ' ης.

καθ’ ης και οι οποίες λαμβάνουν τη μορφή ποικίλων τύπων παροχών που ενίοτε κατηγοριοποιούνται από την καθ΄ ης ως « […]» ή « […]» ή απλά αναφέρονται ως « […]». Ωστόσο, όπως και σε σχέση με τα key accounts, ακόμη και στις περιπτώσεις που για τις παροχές αυτές γίνεται επίκληση διαφημιστικών / προωθητικών ενεργειών, αυτές δεν συνδέονται καθ’ ουδένα τρόπο με απτή και συγκεκριμένη παροχή αντίστοιχου ύψους. Διαφορετικοί ανταγωνιστές της καθ’ ης έχουν καταγγείλει, κατά τα προεκτεθέντα, ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία «*αποδίδει τα συμφωνηθέντα με πλάγιους τρόπους*»[862] καθώς και ότι «*οι διαφημιστικές επενδύσεις σε ομπρέλες, τραπεζάκια κλπ υποδηλώνουν συνήθως σημείο αποκλειστικής συνεργασίας*»[863]. Τα εν λόγω ποσά είναι συχνά υπέρογκα σε σχέση με τη δυναμικότητα των καταστημάτων ή και υπερβαίνουν ακόμη και αρκετές φορές την αξία των πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προς το συγκεκριμένο σημείο.

761 Χαρακτηριστικές είναι οι περιπτώσεις, στις οποίες, κατά τα προεκτεθέντα, η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι οι επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης λάμβαναν αμοιβή για «*διαφημιστικούς σκοπούς*» η οποία πλησίαζε ή και υπερέβαινε την αξία των αγορών τους. Συναφώς, όπως κατέθεσε και ανταγωνιστής της καθ’ ης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία *«φτάνει σχεδόν να πωλεί τα προϊόντα της στο κόστος σε κάποιο κατάστημα χαμηλής κατανάλωσης μπύρας όταν προσφέρει σε αυτό χρήματα που αντιπροσωπεύουν σχεδόν ολόκληρο το καθαρό και σε άλλες φορές ακόμα και το μικτό της κέρδος»*[864]. Οι παροχές, εν γένει, αυτές, υποκρύπτουν ανταλλάγματα για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστικών προμηθευτών από τα τελικά σημεία και, όπως αποδεικνύεται, η χορήγησή τους συνδέεται με περιόδους (έναρξης) αποκλειστικής ή οιονεί αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της καθ’ ης και δραστικής μείωσης ή διακοπής διάθεσης ανταγωνιστικών προϊόντων[865].

Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας για εκπτώσεις και παροχές της ΑΖ υπό τον όρο της αποκλειστικότητας και για στοχευμένες παροχές προς εκτοπισμό ανταγωνιστών

762 Η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της[866] αναφέρεται στην πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να χορηγεί σημαντικές εκπτώσεις και παροχές σε επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σημείων τελικής κατανάλωσης με σκοπό να εξασφαλίζει την αποκλειστική της παρουσία σε αυτά. Αναλυτικότερα, η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει ότι μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και σημείων τελικής κατανάλωσης[867] *«υφίστανται προφορικές συμφωνίες απόδοσης παροχών από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ (υπό την προϋπόθεση πάντοτε της τήρησης της ρήτρας αποκλειστικότητας) οι οποίες εκτελούνται κατά τους μήνες*

---

[862] Κατάθεση του […] της […], κ. […] την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. […] Βλ. σχετ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 6169/30.7.12 υποβολή στοιχείων.
[863] Βλ. σχετικά κατάθεση του […] ή της […] 2012.
[864] Κατάθεση του […]. ως ανωτέρω.
[865] Όπως αναφέρεται στη συνέχεια, η αποκλειστικότητα δεν αποτελεί νόμιμο αντικειμενικό οικονομικό λόγο για τη χορήγηση εκπτώσεων από δεσπόζουσα επιχείρηση. Πρβλ. απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση T-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (MichelinII), Συλλ. [2003] II-4082, παρ. 141 καθώς και παρ. 140 σύμφωνα με την οποία «[…] η προς μεταπωλητή παροχή εκπτώσεως από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση πρέπει να στηρίζεται σε αντικειμενικό οικονομικό λόγο που να τη δικαιολογεί […]. Η παροχή εκπτώσεως δεν μπορεί να εξαρτάται από υποκειμενική εκτίμηση, εκ μέρους της επιχειρήσεως η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, της συμμορφώσεως του πωλητή προς τις δεσμεύσεις του οι οποίες παρέχουν δικαίωμα εκπτώσεως […]».
[866] Υπ’ αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.
[867] Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται επί παραδείγματι σε περιπτώσεις καταστημάτων που εξετάζονται αναλυτικότερα στη συνέχεια.

Ιούνιο-Ιούλιο κάθε έτους προς το σκοπό του αποκλεισμού οποιουδήποτε κινδύνου να υπάρξουν επαφές με την εταιρία μας για την έναρξη συνεργασίας μαζί τους καθώς αυτή η θερινή περίοδος λόγω ακριβώς της εποχικότητας του προϊόντος αποτελεί και την πλέον σημαντική (από άποψη καταναλώσεων) για τους καταστηματάρχες. Με άλλα λόγια η ΑΘΗΝΑΪΚΗ με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζει τη μη "παρέκκλιση" και την μη απομάκρυνση των συνεργατών της από την ίδια και την επιβαλλόμενη σε αυτούς αποκλειστικότητα, καθώς αυτοί δύσκολα θα ρισκάρουν να χάσουν τις παροχές που τους χορηγεί εκείνη τη στιγμή που όπως ήδη αναφέραμε αποτελεί και την περίοδο υψηλότατων καταναλώσεων της μπύρας (peak period)»[868].

763 Περαιτέρω, σύμφωνα με αναφορές των ανταγωνιστών της δεσπόζουσας εταιρίας, η καθ' ης χορηγεί δελεαστικές εκπτώσεις και παροχές σε σημεία επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας υπό την προϋπόθεση της διακοπής των υφιστάμενων σχέσεων συνεργασίας τους με ανταγωνίστριες επιχειρήσεις και την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της. Σε κάποιες περιπτώσεις, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πλειοδοτεί έναντι των προσφορών που κάνουν οι ανταγωνιστές της στα σημεία πώλησης, ώστε να διασφαλίσει η ίδια αποκλειστική συνεργασία με τα καταστήματα, κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών της.

764 Όπως επισημαίνει η Μύθος Ζυθοποιία[869] «μία από τις πλέον "προτιμώμενες" μεθόδους που ακολουθεί η καταγγελλόμενη για να εκβάλλει ανταγωνιστές της από την αγορά άλλως για να περιορίσει την δράση τους και κατ' επέκταση την ανάπτυξή τους είναι η απόπειρα (που πολλάκις στρέφεται με επιτυχία) να αποσπά τελικά σημεία με τα οποία κάποιος ανταγωνιστής έχει συμφωνία συνεργασίας για την πώληση και προώθηση των προϊόντων του στους καταναλωτές προσφέροντας και καταβάλλοντας είτε υπέρογκα ποσά είτε προσφέροντας ευνοϊκότατους και δελεαστικούς όρους πωλήσεων ή άλλες έμμεσες παροχές (π.χ. κατασκευή τεντών, κάλυψη κόστους εκτύπωσης τιμοκαταλόγων κλπ) είτε συνδυασμό αυτών».

765 Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η δεσπόζουσα εταιρία επιλέγει να εφαρμόσει τη συγκεκριμένη πρακτική σε «καταστήματα με φήμη και μεγάλη πελατεία» που «ανήκουν συνήθως σε μεγάλους Ομίλους που δραστηριοποιούνται στον κλάδο της εστίασης και της διασκέδασης και λειτουργούν σαν χώροι προώθησης και διαφήμισης για τα προϊόντα που διαθέτουν» και με τα οποία «επιδιώκουν να συνεργασθούν οι περισσότερες εταιρίες του κλάδου των ποτών και τροφίμων». Κατά τις επισημάνσεις της, «[η] ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ πάντως ακολουθεί μία ακόμη πιο επιθετική τακτική στις περιπτώσεις αυτές ειδικά εάν θέλει είτε να διατηρήσει είτε να αποσπάσει ένα τέτοιο κατάστημα από

---

[868] Παρομοίως, στην υπ' αριθ. 969/2007 ένορκη κατάθεση του […], […] της Μύθος Ζυθοποιίας, ο μάρτυρας αναφέρεται στην ίδια πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και υποδεικνύει τα ίδια σημεία τελικής κατανάλωσης ως παραδείγματα εφαρμογής της. Συγκεκριμένα ο […], στην κατάθεσή του επισημαίνει: *«η ΑΘΗΝΑΪΚΗ απαιτεί από όλα σχεδόν τα καταστήματα της κρύας αγοράς με τα οποία συνεργάζεται στην περιοχή […] να συνεργάζονται αποκλειστικά με αυτήν (ορθότερα κατ' αποκλεισμό των δικών μας προϊόντων). Οι σχετικές συμφωνίες είναι ως επί το πλείστον προφορικές και περιλαμβάνουν και παροχές (π.χ. εκπτώσεις, μετρητά, κάλυψη κόστους κατασκευαστικών) εφόσον τηρηθεί η αποκλειστικότητα, οι οποίες γνωρίζουμε ότι αποδίδονται από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ κατά τους μήνες Ιούνιο και Ιούλιο κάθε έτους. Η επιλογή της συγκεκριμένης χρονικής στιγμής δεν είναι τυχαία αλλά βασίζεται στην εποχικότητα της μπύρας στην Ελλάδα που συγκεκριμένα τους θερινούς μήνες παρουσιάζει τη μεγαλύτερη ζήτηση. Με αυτόν τον τρόπο η ΑΘΗΝΑΪΚΗ επιτυγχάνει να αποκλείσει τον κίνδυνο κάποιο από τα παρακάτω αναφερόμενα καταστήματα να επιδιώξει να διαπραγματευτεί με την εταιρία μας. Ορισμένες από τις πάμπολλες περιπτώσεις που έχει συμβεί αυτό είναι τα σημεία τελικής κατανάλωσης π.χ. στα […].* Σημειώνεται ότι ο […] κατέθεσε ενώπιον της συμβολαιογράφου […] στα γραφεία της Μύθος Ζυθοποιίας στις 07.05.2007, ενώ την κατάθεσή του προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[869] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.

κάποιον ανταγωνιστή προσφέροντας υπέρογκες παροχές που φθάνουν να πωλούνται τα προϊόντα της στο κόστος ή λίγο πιο πάνω από το κόστος. Με αυτόν τον τρόπο καταφέρνει τις περισσότερες φορές να επιβάλει αποκλειστικότητα στο είδος (μπύρες) -καθώς δεν ανέχεται καν τη συνύπαρξη και προσφορά των προϊόντων της με άλλα ανταγωνιστικά προϊόντα- και έτσι να αποβάλει τους ανταγωνιστές της από καταστήματα που θεωρούνται ή είναι της μόδας και να στερήσει την προώθηση των προϊόντων τους στο καταναλωτικό κοινό ώστε να αποκλείσει την επώνυμη ζήτηση και να ενισχύσει την τάση του κοινού να καταναλώνει στο συγκεκριμένο είδος ότι του προσφέρεται». Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, αφού οι πωλητές της ΑΖ ενημερωθούν για την πρόταση συνεργασίας που έχει κάνει η Μύθος “σπεύδουν” να υποβάλουν αντιπροτάσεις σχεδόν πάντοτε υψηλότερες έως και σε επίπεδο ακόμα απαγορευτικό που κατ’ αποτέλεσμα εξανεμίζει κάθε μορφή κέρδους από τις συνεργασίες αυτές. Ανάλογα με το ύψος της αντιπρότασης η Μύθος καταθέτει νέα πρόταση αλλά τις περισσότερες φορές η πρόταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι τόσο δελεαστική και τόσο εκτός κάθε εμπορικής λογικής που είναι σχεδόν αδύνατον να την ξεπεράσει. Όταν πάλι καταφέρει η ίδια να συνάψει κάποιες συμφωνίες τέτοιου είδους, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ με συνεχείς πιέσεις προς τους καταστηματάρχες επιχειρεί με επιτυχία τις περισσότερες φορές να αποσπάσει τα σχετικά σημεία προσφέροντας και άλλα χρήματα και άλλες παροχές μόνο και μόνο για να αποβάλει την καταγγέλλουσα από αυτά και αρνούμενη να επιτρέψει την προσφορά και των προϊόντων της καθ’ ης σε αυτά.

766 Η καταγγέλλουσα υπογραμμίζει, επίσης, ότι για τις εν λόγω παροχές η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ σπανίως συντάσσει και υπογράφει σχετικές έγγραφες συμφωνίες καθώς η «παντοδυναμία της στα δίκτυα διανομής της επιτρέπουν να έχει την ασφάλεια της επιβολής των όρων και των συμφωνιών της». Επιπλέον, κατά τη Μύθος Ζυθοποιία: «σε ορισμένες (ουκ ολίγες περιπτώσεις) διοχετεύει τις παροχές αυτές μέσω συνεργαζόμενων με αυτήν χονδρεμπόρων, ενώ για την “φορολογική” τακτοποίηση των σημαντικών ποσών που παρέχει προς αυτή την κατεύθυνση συνήθως λαμβάνει “τιμολόγια παροχής υπηρεσιών” που εκδίδουν τα καταστήματα ή τα σημεία σε χρέωση της με συνήθη αιτιολογία “χορηγία” ή “συμμετοχή σε εκδηλώσεις marketing” που καταχωρούνται λογιστικά *στους προμηθευτές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ*[870]*»*.

767 Ακολούθως παρατίθενται οι περιπτώσεις τις οποίες υπέδειξε η Μύθος Ζυθοποιία ως παραδείγματα επιχειρήσεων στις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφάρμοσε την εν λόγω πρακτική.

Αποκλειστικότητα σε άλλα τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης (εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καφετέριες - μπαρ)

768 Σημαντικό μέρος της στρατηγικής της καθ’ ης για τη διατήρηση και την ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της ήταν ο αποκλεισμός ανταγωνιστών στα τελικά σημεία (λ.χ. εστιατόρια, καταστήματα ψυχαγωγίας και διασκέδασης, καφετέριες-μπαρ). Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι, πέραν της επιβολής αποκλειστικότητας και της καταβολής αναδρομικών εκπτώσεων και προκαταβολικής χορήγησης αμοιβών αποκλειστικότητας κ.ά. στα key accounts, βασικοί πυλώνες της πολιτικής της ΑΖ στο κανάλι που εξετάζεται είναι:

---

[870] Ως παράδειγμα αυτού η καθ’ ης αναφέρει το ποσό για το οποίο εκδόθηκε *[...]. Η συγκεκριμένη επιχείρηση εκμεταλλεύεται το [...] και προσφέρει αποκλειστικά στους πελάτες της μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.*

- η επιβολή από την καθ' ης στα τελικά σημεία αποκλειστικότητας διάθεσης των προϊόντων της, που έχει ως αποτέλεσμα την αδυναμία των ανταγωνιστών της να συνεργαστούν με αυτά,

- η χορήγηση δελεαστικών παροχών ως αντιπαροχή για τον εκτοπισμό των ανταγωνιστών της από τα τελικά σημεία και

- απειλές ή τιμωρητική συμπεριφορά εις βάρος του συνεργαζόμενου ιδιοκτήτη τελικού σημείου επιτόπιας κατανάλωσης, σε περίπτωση κατά την οποία ο τελευταίος επιλέξει να συνεργαστεί, πέραν της καθ' ης, και με κάποιον από τους ανταγωνιστές της.

769 Προκαταρκτικώς επισημαίνεται ότι η ίδια η ΑΖ αναγνωρίζει ότι καταβάλλει χρηματικά ποσά σε […][871] καταστήματα, τα οποία κυμαίνονται, ανάλογα και με την αντιπαροχή και με το σημείο, από 1.000 έως 10.000-20.000 ευρώ[872].

770 Στο πλαίσιο της διερεύνησης της υπόθεσης, η Υπηρεσία συνέλεξε μεγάλο όγκο στοιχείων μέσω της διενέργειας 59 επιτόπιων ελέγχων και καταθέσεων που πραγματοποιήθηκαν σε δύο επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στην παραγωγή και εμπορία προϊόντων ζύθου, σε είκοσι τρεις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, σε τριάντα τρεις επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σημείων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας και σε ένα σούπερ μάρκετ. Επιπλέον, η Υπηρεσία απηύθυνε 113 ερωτηματολόγια παροχής στοιχείων, και συγκεκριμένα απηύθυνε 14 ερωτηματολόγια σε 4 ανταγωνίστριες της καθ' ης, 31 ερωτηματολόγια σε 30 χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, 47 ερωτηματολόγια σε 42 επιχειρήσεις εκμετάλλευσης σημείων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας και τα υπόλοιπα ερωτηματολόγια απευθύνθηκαν σε 12 σούπερ μάρκετ, 3 διεθνείς ομίλους επιχειρήσεων παραγωγής και εμπορίας προϊόντων ζύθου καθώς και στα Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων 6 Πρεσβειών[873]. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας καταγράφηκαν στην υπ' αρ. 9704/11.12.2013 Εισήγηση που κάνει αναφορά σε περίπου 50 key accounts και πάνω από 180 άλλα τελικά σημεία κατανάλωσης.

771 Από τις 58 επιχειρήσεις εκμετάλλευσης τελικών σημείων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας που εξετάσθηκαν στο πλαίσιο της αρχικής έρευνας της Ε.Α., τέσσερις επιχειρήσεις δήλωσαν ότι δεσμεύονταν βάσει σχετικής ρήτρας αποκλειστικότητας έναντι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για την

---

[871] Ο αριθμός καταστημάτων αφορά το 2013.

[872] […], πρακτικά συνεδρίασης 31.3.2014, σ. 113.

[873] […]. Αναλυτικότερα, η ΓΔΑ διενήργησε σειρά αιφνίδιων επιτόπιων ελέγχων, συλλέγοντας έγγραφα και ηλεκτρονικά αρχεία, στις εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και συγκεκριμένα: το 2001 στα γραφεία της στην Αθήνα (βάσει της εντολής ελέγχου 1851/4.7.2001), το 2006 στα γραφεία της στην Αθήνα και στη Θεσσαλονίκη (βάσει των εντολών ελέγχου 2852/22.5.2006 και 2853/22.5.2006 αντιστοίχως), το 2008 στα γραφεία της στην Αθήνα (βάσει της εντολής ελέγχου 4808/18.7.2008), το 2009 στην Αθήνα δις (βάσει των εντολών ελέγχου 357/19.1.2009 και 1679/24.2.2009). Επίσης, η ΓΔΑ διενήργησε σειρά αιφνίδιων επιτόπιων ελέγχων σε ανταγωνίστριες εταιρίες (παραγωγικές και εισαγωγικές), σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, σε σούπερ μάρκετ και σε τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης. Περαιτέρω, κατά τα ανωτέρω, εξετάσθηκαν τα επιμέρους κανάλια διανομής και διάθεσης που περιλαμβάνουν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και, σε επίπεδο λιανικής, εταιρίες supermarket και σημεία επιτόπιας κατανάλωσης προϊόντων ζύθου (κυρίως εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ), συμπεριλαμβανομένων και των key accounts (δηλαδή βασικών λογαριασμών πελατών που αναφέρονται κατά κύριο λόγο σε μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων - εστίασης, τροφοδοσίας, ξενοδοχείων), και, ειδικότερα, ελήφθησαν ένορκες καταθέσεις από εκπροσώπους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και επιχειρήσεων εκμετάλλευσης τελικών σημείων κατανάλωσης, και εστάλη μεγάλος αριθμός ερωτηματολογίων σε επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες κατά τα ανωτέρω στην παραγωγή και στη χονδρική και λιανική εμπορία προϊόντων ζύθου.

αποκλειστική διάθεση των εμπορικών σημάτων ζύθου που παράγει και εμπορεύεται. Επίσης, από τα στοιχεία του φακέλου αποδεικνύεται, όπως καταγράφεται αναλυτικά ανά σημείο στον Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1[874]ότι για 28 ακόμη επιχειρήσεις προκύπτει ότι διαθέτουν προϊόντα ζύθου της καθ' ης αποκλειστικά, σε εκτιμώμενο επίπεδο διάθεσης ανώτερο του [85-95]%, κατά το έτος ελέγχου ή από την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος έως το έτος ελέγχου, ή για έτη για τα οποία ερωτήθηκαν, ενώ ακόμη 6 επιχειρήσεις καλύπτουν άνω του [75-85]% των αναγκών τους σε σήματα ζύθου με προϊόντα της καθ' ης[875].

772 Επισημαίνεται εδώ ότι από τα 58 τελικά σημεία που ελέγχθηκαν αρχικώς (ο [...], παρότι απαρτίζεται από *πολλά τελικά σημεία*, προσμετράται ως ένα από αυτά […], τα τριάντα οκτώ (38), δηλαδή περισσότερα από τα μισά, προμηθεύονται και διαθέτουν αποκλειστικά τα εμπορικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στις παραπάνω περιπτώσεις υπολογίζονται μόνο τα περιστατικά για τα οποία έγιναν τα αρχικά μέτρα έρευνας (επιτόπιοι έλεγχοι, κ.λπ.) από την Υπηρεσία, ωστόσο σε αυτές πρέπει να προσμετρηθούν πολλές άλλες περιπτώσεις που παρατίθενται εδώ, όπως α. οι περιπτώσεις αποκλειστικότητας που προκύπτουν από εσωτερικά έγγραφα της καθ' ης και ιδίως οι προαναφερθείσες περιπτώσεις αποκλειστικότητας στις οποίες γίνεται μνεία από στελέχη της καθ' ης στο πλαίσιο εσωτερικών εγγράφων - αναφορών […] (βλ. σχετική ενότητα) καθώς και β. οι περιπτώσεις εγγράφων συμβάσεων με τελικά σημεία (όπως η περίπτωση της […] όπου η καταχρηστική ρήτρα προκύπτει από τη σύμβαση) και γ. οι άλλες ακολούθως εξεταζόμενες περιπτώσεις που καταγγέλλουν οι ανταγωνιστές και επαληθεύει η Υπηρεσία. Εξάλλου σε προηγούμενη ενότητα καταγράφονται επιπλέον οι άνω των 30 περιπτώσεις key accounts - αλυσίδων εστίασης καθεμία εκ των οποίων έχει πολύ μεγάλο αριθμό τελικών σημείων που απεδείχθη ότι καταλαμβάνονται συμβατικές ρήτρες αποκλειστικότητας.

773 Ειδικότερα, πέραν των περιπτώσεων στις οποίες οι ίδιες οι επιχειρήσεις αποδέχθηκαν την ύπαρξη όρου αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο πλαίσιο της εμπορικής τους συνεργασίας και των άλλων προεκτεθεισών περιπτώσεων που διερεύνησε η Υπηρεσία, ανταγωνίστριες της εν λόγω δεσπόζουσας εταιρίας επιχειρήσεις υπέδειξαν στην Ε.Α. δεκάδες τελικά σημεία πώλησης στα οποία επιβάλλεται αποκλειστικότητα, και υποστηρίζουν τις καταγγελίες τους με ένορκες καταθέσεις υπαλλήλων τους, οι οποίοι αντιμετωπίζουν καθημερινά, εκ της φύσης της εργασίας τους, τα αποτελέσματα των πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ενώ σε πολλές περιπτώσεις οι αναφορές τους επαληθεύονται από έτερα ευρήματα της Υπηρεσίας. Οι αρχικές (χωρίς σε αυτές να υπολογίζονται αυτές που εισέφεραν η καταγγέλλουσα και η ΖΜΘ κατά τη συζήτηση) αναφορές αφορούν περί τις ενενήντα (90) καφετέριες, μπαρ και εστιατόρια ανά την Ελλάδα, από την Κρήτη μέχρι τη Θεσσαλονίκη κι από τη Ρόδο μέχρι τα Ιωάννινα[876].

---

[874]Μεταξύ των τελικών σημείων, τα καταστήματα […] και […] χαρακτηρίζονται από την καθ' ης ως *«high end outlets»*, ήτοι τελικά σημεία υψηλής επισκεψιμότητας. Συγκεκριμένα τα εν λόγω καταστήματα εμφανίζονται σε έγγραφο που επισυνάπτεται σε ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ στελεχών της καθ' ης το οποίο φέρει την ονομασία […]. Το εν λόγω μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) απεστάλη στις 29.03.2006 από τον Προϊστάμενο […] προς τον […] και εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[875]Και στην πλειονότητα των λοιπών επιχειρήσεων που ρωτήθηκαν σχετικά, προκύπτει ότι η κύρια κατανάλωση σε μπίρα αφορά σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στις συγκεκριμένες περιπτώσεις φαίνεται ότι μεγαλύτερη από τη μισή αναλογία της αξίας αγορών ή των διακινούμενων σημάτων αντιστοιχεί σε προϊόντα ζύθου της καθ' ης.

[876]Αναλυτικά τα περιστατικά και η έρευνα της Υπηρεσίας επ' αυτών παρουσιάζονται και στα σχετικά Παραρτήματα.

774 Σημειώνεται ότι ο έλεγχος από την Υπηρεσία των σημείων λιανικής πώλησης / επιτόπιας κατανάλωσης, λόγω του αριθμού τους, είναι κατ' ανάγκην δειγματοληπτικός, ενώ αν ληφθεί ως βάση η σχέση του ελεγχθέντος δείγματος με τα αποκλειστικά σημεία καθώς και τα προεκτεθέντα στοιχεία από τα προσκομισθέντα κατά την ακροαματική ερωτηματολόγια που επικαλείται η ΑΖ και την έρευνα της […] προκύπτει ότι ο αριθμός των τελικών σημείων στα οποία έχει επιβληθεί αποκλειστικότητα από την καθ' ης είναι πολύ μεγαλύτερος και καταλαμβάνει σημαντικό μέρος των τελικών σημείων (βλ. κατωτέρω).

775 Εν συνεχεία σημειώνονται συνοπτικά συγκεκριμένες περιπτώσεις, προκειμένου να καταδειχθούν οι διαφορετικοί τρόποι επιβολής της αποκλειστικότητας και να αναδειχθούν ορισμένες χαρακτηριστικές πρακτικές. Είναι δε σημαντικό να επισημανθεί ότι οι ίδιες συμπεριφορές αποκλεισμού της καθ' ης καταγγέλλονται από διαφορετικούς ανταγωνιστές.

ΕΠΙΒΟΛΗ ΟΡΩΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΤΕΛΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ

776 Κατά την κρίση της Επιτροπής, από όλη τη διαδικασία, από όλα τα στοιχεία του φακέλου, τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικά και εγγράφως με τα σχετικά υπομνήματά τους οι συμμετάσχοντες στη διαδικασία, απεδείχθη ότι σε πληθώρα σημείων επιτόπιας κατανάλωσης επιβάλλεται αποκλειστικότητα από την καθ' ης, με διάφορους τρόπους, με ή χωρίς ανταλλάγματα διαφόρων ειδών. Και αυτό ακόμη και σε περιπτώσεις όπου εκπρόσωποι εστιατορίων και λοιπών σημείων επιτόπιας κατανάλωσης που δηλώνουν αποκλειστική ή οιονεί αποκλειστική προμήθεια προϊόντων ζύθου της καθ' ης απέδωσαν την επιλογή τους σε διάφορους λόγους (όπως στη μεγάλη ζήτηση των συγκεκριμένων εμπορικών σημάτων, στην πλήρη γκάμα των προϊόντων που η εταιρία διαθέτει, στη δυνατότητα που δίνει η αποκλειστική συνεργασία με μία εταιρία για ελαχιστοποίηση των αποθεμάτων, όταν η ίδια εταιρία εμπορεύεται σήματα ευρείας ζήτησης, στην εντοπιότητα, στις καλές τιμές και τις εκπτώσεις, στις προσωπικές σχέσεις με τους υπαλλήλους της ΑΖ[877]). Ωστόσο, οι δηλώσεις αυτές σταθμίζονται, κατά τα προαναφερθέντα (βλ. ενότητα αποδεικτικών μέσων) και, σε αρκετές περιπτώσεις, καταρρίπτονται λόγω της υπάρξεως εγγράφων συμβάσεων ή άλλων αντίθετων, υπέρτερης αποδεικτικής αξίας στοιχείων κατά τα εν συνεχεία εκτιθέμενα.

Όμιλος καταστημάτων […]

777 Αρχικώς επισημαίνεται η περίπτωση του Ομίλου […]. Η καταγγέλλουσα έχει υποβάλει σειρά στοιχείων σχετικά με άρνηση διάθεσης των προϊόντων της σε σχέση με τον εν λόγω Όμιλο καταστημάτων, καθώς και με άλλες αλυσίδες καταστημάτων οι οποίες προέβαλαν σχετικά ρητώς ως αιτιολογία την αποκλειστική τους συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Πέραν της καταγγελίας της Μύθος Ζυθοποιία, πολλές άλλες συγκλίνουσες και ανεξάρτητες μαρτυρίες υφίστανται σχετικά ως προς την αλυσίδα […] (Όμιλος καταστημάτων [...])[878].

---

[877] Δηλώσεις 2006 του […] εκ μέρους της επιχείρησης […], του […] εκ μέρους της επιχείρησης […] που εκμεταλλεύεται το κατάστημα […] στ[…], του […] υπεύθυνου του καταστήματος […] στ[…] ιδιοκτησίας της εταιρίας […], και, το 2010, του […], ιδιοκτήτη του αναψυκτηρίου – snack bar […] στ[…], του […], ιδιοκτήτη του εστιατορίου […] στ[…], του […] της επιχείρησης […] η οποία διατηρεί το κατάστημα […] στ[…], του […], μετόχου της επιχείρησης […] η οποία διατηρεί το café – restaurant […] στην πόλη […], εκ μέρους του καταστήματος […] στ[…] ιδιοκτησίας της εταιρίας […], σε ερωτηματολόγια που τους υπεβλήθησαν κατά τη διάρκεια επιτόπιων ελέγχων,

[878] Ο Όμιλος […] περιλαμβάνει μεγάλο πλήθος καταστημάτων καφετεριών -αναψυκτηρίων-ζαχαροπλαστείων και

778 Ειδικότερα, η Μύθος Ζυθοποιία καταγγέλλει ότι τη συνεργασία του Ομίλου καταστημάτων καφετεριών, αναψυκτηρίων, ζαχαροπλαστείων, εστιατορίων, χώρων οργάνωσης εκδηλώσεων του Βλ. [...][879], διεκδίκησε με επιτυχία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, προβαίνοντας σε πρόταση προμήθειας κατ' αποκλεισμό της καταγγέλλουσας. Σύμφωνα με την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιίας, ο συγκεκριμένος Όμιλος απέρριψε πρόταση σχετικά με την ανανέωση της συνεργασίας τους μετά τη λήξη της μονοετούς σύμβασης που είχαν συνάψει για το έτος 2006. Σύμφωνα με τη Μύθος: *«παρά το γεγονός ότι οι φορείς του Ομίλου εξέφρασαν την ικανοποίησή τους για την έως τότε συνεργασία μας, την οποία αναγνώρισαν ως επιτυχημένη και μάλιστα παρουσιάζουσα αυξημένα αποτελέσματα (πωλήσεις) σε σύγκριση με αυτά του προηγούμενου έτους κατά το οποίο είχαν συνεργαστεί αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και λογικά θα αναμενόταν να επιθυμούν να συνεχίσουν την μεταξύ μας συνεργασία (ειδικότερα καθώς οι παροχές που προτείναμε ήταν αυξημένες κατά 60% σε σύγκριση με τα όσα είχαμε χορηγήσει το έτος 2006), οι τελευταίοι αρνήθηκαν τόσο να συνεργαστούν σε αποκλειστική βάση με την Εταιρία μας ακόμα και εάν προχωρούσαμε σε αύξηση των παροχών μας "λόγω δελεαστικής προσφοράς εκ μέρους της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ" αλλά και να επιτρέψουν -μετά από "εντολή" της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ- ακόμα και την απλή συνύπαρξη των προϊόντων μας στα εν λόγω καταστήματα του Ομίλου»*.

779 Συναφώς, στις προεκτεθείσες ένορκες καταθέσεις υπάλληλοι της καταγγέλλουσας[880] δηλώνουν ότι σε συνάντηση της […].2007 στα γραφεία της […] με θέμα την πρόταση για την ανανέωση της ετήσιας συνεργασίας[881] της με τη Μύθος Ζυθοποιία, στην οποία παρευρέθηκαν οι […][…], […][…], […] Μύθος Ζυθοποιίας, […] Μύθος Ζυθοποιίας, […], […] Μύθος Ζυθοποιίας, ανακοινώθηκε εκ μέρους του Ομίλου η διακοπή της συνεργασίας λόγω αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, στις καταθέσεις αναφέρεται: *«[ο] κ. […] μας ενημέρωσε ότι ο Όμιλος* […] *ήταν πολύ ευχαριστημένος από τη συνεργασία που αφορούσε το 2006, τόσο σε επίπεδο σέρβις των καταστημάτων, όσο και σε επίπεδο τζίρων που πραγματοποιήθηκαν από την Μύθος Ζυθοποιία. Στη συνέχεια ο […]*

εστιατορίων τα οποία διαθέτουν φήμη και μεγάλη πελατεία. Με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 444/01.06.08 υποβολή στοιχείων του Ομίλου και το από […], μεταξύ των καταστημάτων του Ομίλου περιλαμβάνονται τα ακόλουθα: […] και […]. Υπάλληλοι της Μύθος Ζυθοποιίας θεωρούν ότι *«τα καταστήματα του εν λόγω Ομίλου αποτελούν λογαριασμούς κύρους (prestige accounts) για όλες τις εταιρίες του κλάδου της μπύρας αλλά και εν γένει των ποτών»*, ο δε διαχειριστής της […] εταιρίας […] μάλιστα, […], στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας της Ε.Α. το 2008, κατατάσσει τα καταστήματα του Ομίλου ως σημεία *«φιλέτα»* στην αγορά (υπ' αριθ. 967 ένορκη κατάθεση του […] που κατέθεσε ενώπιον της συμβολαιογράφου […] στα γραφεία της Μύθος Ζυθοποιίας στις 07.05.2007, καθώς και υπ' αριθ. 1001 ένορκη κατάθεση του […] που κατέθεσε ενώπιον της συμβολαιογράφου […] στα γραφεία της Μύθος Ζυθοποιίας στις 22.06.2007. Οι ως άνω καταθέσεις προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. από τη Μύθος Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων).

[879]Πρόκειται για τις εταιρίες στις οποίες […] μεταξύ των οποίων και η εταιρία Ομίλου καταστημάτων […] με […] τον ίδιο.

[880]Υπ' αριθ. 967 ένορκη κατάθεση […] που κατέθεσε ενώπιον της συμβολαιογράφου […], καθώς και υπ' αριθ. 1001 ένορκη κατάθεση […] που κατέθεσε ενώπιον της συμβολαιογράφου […]. Οι ως άνω καταθέσεις προσκομίσθηκαν στην Ε.Α. από τη Μύθος Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 1573/6.3.08 υποβολής στοιχείων.

[881]Την οποία η καταγγέλλουσα είχε καταφέρει να συνάψει για το διάστημα […] με τα καταστήματα του Ομίλου. Ο κύκλος εργασιών που επιτεύχθηκε εντός του 2006 στο πλαίσιο της εν λόγω συνεργασίας μεταξύ της καταγγέλλουσας και του Ομίλου […] ήταν ύψους €[…] και το ποσό των πρόσθετων εκπτώσεων και παροχών που χορηγήθηκε ήταν ύψους €[…] περίπου, ενώ όπως αναφέρουν οι υπάλληλοι η συνεργασία με το συγκεκριμένο Όμιλο υπήρξε *«μετά από διαπίστωση και των δύο μερών πολύ επιτυχημένη»* και *«εμφάνισε μάλιστα και αύξηση στις καταναλώσεις προϊόντων μπύρας σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές -κατά τα λεγόμενα των υπευθύνων του Ομίλου»*. Ως εκ τούτου, τα στελέχη ανέμεναν την ανανέωση της συνεργασίας.

επιβεβαίωσε το ίδιο και πρόσθεσε ότι ήταν και αυτός ευχαριστημένος από τη σοβαρότητα που επέδειξε η Μύθος Ζυθοποιία στη συνεργασία. Παρ' όλα αυτά εξέφρασε τη λύπη του διότι θα προχωρούσε σε διακοπή της συνεργασίας με τη Μύθος Ζυθοποιία και στην αντικατάσταση του προμηθευτή μπίρας από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Ως αιτιολογία αυτής της επιλογής του [...] ανέφερε αφενός την ύπαρξη πιο δελεαστικής προσφοράς εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αλλά και ότι η τελευταία ούσα χορηγός σε Ευρωπαϊκό επίπεδο για το κύπελλο champions league αποφάσισε να κάνει promotion μόνο σε μαγαζιά που θα υπάρχουν αποκλειστικά τα προϊόντα της. Ως αποτέλεσμα […] αποφάσισε να προχωρήσει σε αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποκλείοντας και την πιθανότητα να μπορέσουμε να αντιπροσφέρουμε οτιδήποτε άλλο προς αυτήν την κατεύθυνση». Σε πρόταση μάλιστα του Διευθυντή Πωλήσεων της Μύθος Ζυθοποιίας, […], περί συνύπαρξης των προϊόντων της εταιρίας με τα αντίστοιχα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, λαμβάνοντας υπόψη ότι *«η διακοπή της συγκεκριμένης συνεργασίας θα μπορούσε να βλάψει τη Μύθος Ζυθοποιία δεδομένου ότι μπορεί να εκληφθεί από το καταναλωτικό κοινό ότι οφείλεται σε αδυναμία των προϊόντων της»*, ο […] απάντησε *«αυτό δεν είναι εφικτό διότι δεν το επιτρέπει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία που ζητά να διατίθενται από τα καταστήματα του Ομίλου αποκλειστικά τα δικά της προϊόντα και σίγουρα κατ' αποκλεισμό των δικών μας* [ΣτΣ: ενν. τα προϊόντα της Μύθος Ζυθοποιίας] *προϊόντων»*[882].

780 Προκύπτει εξ αυτών σαφώς ότι η καθ' ης ρητά απαιτεί από και επιβάλλει αποκλειστικότητα στον αντισυμβαλλόμενό της, και ότι ως αντάλλαγμα χρησιμοποιεί οικονομικές παροχές[883] και προώθηση προϊόντων στο πλαίσιο της χορηγίας της στο Champions' league. Το ότι η συνεργασία με τη δεσπόζουσα επιχείρηση Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνεπάγεται για τον αντισυμβαλλόμενο Όμιλο [...] ολοσχερή αδυναμία συνεργασίας με ανταγωνιστική προμηθεύτρια προκύπτει εναργώς και από την ανωτέρω δήλωση του […] της Μύθος Ζυθοποιίας […] περί συνύπαρξης των προϊόντων της εταιρίας με τα αντίστοιχα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, στην οποία […] απάντησε ότι δεν το επιτρέπει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία που ζητά να διατίθενται από τα καταστήματα του Ομίλου αποκλειστικά τα δικά της προϊόντα[884].

---

[882]Κατά τα λεγόμενα των υπαλλήλων *«[τ]ο ανωτέρω περιστατικό αποτελεί λόγω κυρίως του μεγέθους των καταστημάτων του εν λόγω Ομίλου, της σπουδαιότητας και του κύρους που σημαίνουν για όλες τις εταιρίες του κλάδου, μια ακόμα περίπτωση που δείχνει τον τρόπο που λειτουργεί στα πλαίσια του ανταγωνισμού η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η ίδια εκμεταλλευόμενη την δεσπόζουσα θέση που κατέχει στην αγορά, ενδεχομένως καταχράται τον μεγάλο όγκο της, την οικονομική της επιφάνεια και την υποστήριξη που απολαμβάνει από την αλλοδαπή μητρική της Heineken, που συχνά μέσω πανευρωπαϊκής χορηγίας καταφέρνει να αποκτά δικαιώματα αποκλειστικής εκμετάλλευσης αθλητικών γεγονότων, καταφέρνει να συνάπτει συμφωνίες με υφιστάμενους πελάτες των ανταγωνιστών της και ιδίως της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε. για την προώθηση κυρίως των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αρνούμενη ακόμα και την συνύπαρξη των προϊόντων των δύο εταιριών και επιβάλλοντας αυτή την υποχρέωση με συνεννοήσεις με τους πελάτες αποκλειστικής προώθησης που περιορίζουν σημαντικά την εμπορική ελευθερία των εκάστοτε καταστηματαρχών»*.

[883]Σύμφωνα με στοιχεία που υποβλήθηκαν εκ μέρους του Ομίλου στην Ε.Α. (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 3010/6.5.08 και 4444/1.6.09 υποβολές στοιχείων) το αντίστοιχο ποσό που κατέβαλε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στα εν λόγω καταστήματα κατά το 2007 ήταν της τάξεως των €[…].

[884]Επισημαίνεται ότι η Μύθος Ζυθοποιία επανήλθε σε μεταγενέστερη (υπ' αριθ. πρωτ. 8573/8.12.08) υποβολή στοιχείων στην ως άνω περίπτωση διακοπής συνεργασίας με το συγκεκριμένο Όμιλο αναφέροντας τα ακόλουθα: *«[ε]ίναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα της συνεργασίας της Εταιρίας μας με τα καταστήματα του Ομίλου* […] *όπου για έναν κύκλο εργασιών της τάξεως των €[…] προχωρήσαμε αρχικά σε παροχές ύψους €[…] και τον επόμενο χρόνο ήμασταν έτοιμοι να παρέχουμε επιπροσθέτως €[…] οπότε και οι φορείς του εν λόγω Ομίλου προχώρησαν στη σύναψη συμφωνίας αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της καταγγελλόμενης εταιρίας καθώς αυτή αύξησε και ξεπέρασε τη δική μας*

781 Η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι, […][885], διαπιστώθηκε ότι πέραν των σε είδος παροχών και των προωθητικών ενεργειών που έκανε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως χορηγός του Ευρωπαϊκού κυπέλλου champions league στα αποκλειστικά τελικά σημεία, η καθ' ης κατέβαλλε στον [...] και χρηματικές παροχές· ενδεικτικά, σύμφωνα με στοιχεία που υποβλήθηκαν εκ μέρους του τελευταίου, το συνολικό ποσό που κατέβαλε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στα εν λόγω καταστήματα κατά το 2007 ανήλθε σε […][886].

782 Εξάλλου, η αποκλειστικότητα για την αλυσίδα « […]» επιβεβαιώνεται και από παρόμοια μαρτυρία[887] για αδυναμία εισόδου στα καταστήματα «*λόγω αποκλειστικών συμφωνιών τοποθέτησης προϊόντων ζύθου από άλλες εταιρίες»,* από την εταιρία […] η οποία επίσης αναφέρεται ρητά σε αποκλεισμό της από την καθ' ης: «*[σ]τα τελικά σημεία που είναι "φιλέτα", αντιμετωπίζουμε πρόβλημα τοποθέτησης λόγω αποκλειστικών συμφωνιών τοποθέτησης προϊόντων ζύθου από άλλες εταιρίες, π.χ. τον Ιανουάριο του 2008 κάναμε πρόταση για παράλληλη τοποθέτηση κάποιων προϊόντων μας στα καταστήματα του Ομίλου* […]. *Ο […] του Ομίλου, μου είπε ότι θα ρωτήσει την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αν βάσει της σύμβασης που έχουν με αυτή, μπορούν να τοποθετήσουν ανταγωνιστικά σήματα ζύθου. Σε επόμενη επικοινωνία, με ενημέρωσαν ότι, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δε δέχεται την τοποθέτηση των δικών μας προϊόντων και την τοποθέτηση του σήματος […]*[888]. *Πιστεύουμε ότι ο λόγος άρνησης είναι η διακίνηση από εμάς του σήματος […], καθώς μελλοντικά και αν η […] αποφάσιζε να δραστηριοποιηθεί στην αγορά την ελληνική θα μπορούσε να αναπτυχθεί πολύ και να μειώσει τα μερίδια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*. Ο ελεγχόμενος προσκόμισε και την έγγραφη πρόταση που έγινε στο συγκεκριμένο Όμιλο με ημερομηνία […].2008.

783 Παρομοίως, τέσσερα έτη αργότερα (2012), σε σχέση με τον αποκλεισμό ανταγωνιστικών σημάτων από την καθ' ης, το 2012 ο […] τρίτης ανταγωνίστριας, της […], προβαίνει στη συγκλίνουσα με τις ανωτέρω δήλωση[889] ότι: *«ο όμιλος* […] *συνάπτει συμφωνίες αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και με τη Μύθος Ζυθοποιία, εναλλάξ. Οι συμφωνίες είναι ετήσιες και η επιλογή εξαρτάται από τις παροχές. Εμείς έχουμε κάνει πρόταση στον εν λόγω Όμιλο αλλά δεν έχει γίνει δεκτή μέχρι στιγμής»*.

784 Χαρακτηριστικό των συμβάσεων της καθ' ης με τα τελικά σημεία, το οποίο παρατηρείται και σε αυτή την περίπτωση, και κατατείνει στην προσπάθεια συγκάλυψης των όρων αποκλειστικότητας, είναι η προφορικότητα των συμφωνιών, παρά το μέγεθος των συμβαλλόμενων επιχειρήσεων και το ύψος των συμφωνούμενων παροχών. Στην ένορκη κατάθεση […] του Ομίλου, […] αναφέρεται μάλιστα σχετικά: […] *[…]. Με τις μικρές εταιρίες όπως π.χ. με τη ΜΥΘΟ, επειδή δεν μπορείς να τις εμπιστευτείς ότι θα*

προσφορά».

[885] Στην ως άνω ένορκη κατάθεσή του ο […] δήλωσε ότι: *«[έ]χω επιλέξει τις συγκεκριμένες εταιρίες με βάση τη ζήτηση του κόσμου και για να αποφευχθούν παράπονα πελατών τα οποία δημιουργούν προβλήματα την ώρα της δουλειάς.* […]. *Σαν επιχειρηματίας επιδιώκω να έχω όσο το δυνατόν λιγότερους προμηθευτές, κυρίως για λόγους ελέγχου (διαρροών κλπ.) και καλύτερης διαχείρισης […] επιλέγω πάντα παράλληλη τοποθέτηση στο μαγαζί περίπου τριών – τεσσάρων σημάτων». Επίσης επισημαίνει: «[ο]ι παροχές που δίνουν οι προμηθευτές δεν είναι το βασικό κριτήριο για μία συνεργασία όσο η ζήτηση που έχει το προϊόν από τους πελάτες μας […]*.

[886] Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 3010/06.05.08 και 4444/01.06.09 υποβολές στοιχείων.

[887] Δήλωση […] της εταιρίας εισαγωγής και εμπορίας ποτών […], στο πλαίσιο απαντήσεων κατά την επιτόπια έρευνα ΕΑ της […]. Ο ελεγχόμενος προσκόμισε και την έγγραφη πρόταση που έγινε στο συγκεκριμένο Όμιλο με ημερομηνία […].

[888] Στην ένορκη κατάθεσή του ο […] το 2008 αναφέρεται στη διάθεση του σήματος «Corona». Σε μεταγενέστερη δε (υπ' αριθ. πρωτ. 4444/01.06.09 υποβολή στοιχείων) εκ μέρους του Ομίλου αναφέρεται αξία αγορών του συγκεκριμένου σήματος το 2008 ίση με €[…], ενώ αντίστοιχη αξία […].

[889] Στο πλαίσιο ερωτηματολογίου που του υπεβλήθη από την Ε.Α. κατά τη διενέργεια επιτόπιας έρευνας στην εταιρία.

τηρήσουν τους συμφωνημένους όρους, υπογράφουμε συμφωνίες. Για παράδειγμα, αν σταματήσεις συνεργασία και πρέπει να αλλάξεις καταλόγους, μόνο αυτό είναι τεράστιο κόστος. Με τις μεγάλες εταιρίες, όπως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν έχεις να φοβηθείς κάτι τέτοιο».

785 Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι κατά τα έτη 2004-2005, τα καταστήματα του Ομίλου διακινούσαν αποκλειστικά σχεδόν [95-100]% ([95-100]% το 2004 και [95-100]% το 2005), τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Από τα στοιχεία του Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1 στον οποίο παρατίθεται η αναλογία αγορών εκ μέρους των καταστημάτων του Ομίλου, προκύπτει ότι στα έτη που ακολούθησαν της διακοπής συνεργασίας με τη Μύθος Ζυθοποιία, και συνήφθη η προφορική συμφωνία με την καθ' ης, τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας διατίθεντο οιονεί αποκλειστικά, σε ποσοστό ύψους [85-95]% και [85-95]%, αντίστοιχα.[890].

786 Ενόψει όλων των ανωτέρω συγκλινουσών μαρτυριών και στοιχείων, ο ισχυρισμός του αντισυμβαλλομένου της καθ' ης, […], περί του ότι η συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία δεν ανανεώθηκε γιατί δεν υπήρξαν τα επιθυμητά αποτελέσματα από την πλευρά της ζήτησης[891], δεν κρίνεται πειστικός. Ομοίως, αλυσιτελώς, κατά τα ανωτέρω, προβάλλεται ο ισχυρισμός του περί του ότι «λόγω περιορισμών στον αποθηκευτικό χώρο, δεν είναι δυνατόν να συνεργαζόμαστε με πολλές εταιρίες», πολλώ δε μάλλον δεδομένων του πλήθους, του μεγέθους και του τύπου των καταστημάτων που ανήκουν στον Όμιλο καθώς και της σε ορισμένα έτη διάθεσης περισσότερων ανταγωνιστικών σημάτων μπίρας.

787 Για τους ίδιους λόγους και σταθμίζοντας τα στοιχεία συνολικά και βάσει της κατά τα ανωτέρω αξιοπιστίας, φύσης και αποδεικτικής τους ισχύος, απορριπτέοι κρίνονται και οι ισχυρισμοί της ΑΖ (υπόμνημα της 04.03.2014 - Γ.1.3. 3). Όσον αφορά τις ένορκες καταθέσεις των υπαλλήλων της Μύθος Ζυθοποιία (σε σχέση με τους οποίους ισχυρίζεται ιδίως ότι δεν αποτελούν αξιόπιστα στοιχεία λόγω του προφανούς προσωπικού εννόμου συμφέροντός των υπαλλήλων), και τη νομολογία που επικαλείται η ΑΖ[892], αρκεί εδώ να επισημανθεί ότι, όπως αναλύεται στην οικεία ενότητα, κατά πάγια νομολογία, στις περιπτώσεις στις οποίες η παράβαση αποδεικνύεται διά επαγωγικών συλλογισμών βασισμένων σε άλλα πραγματικά περιστατικά, μέσω αποδείξεων έμμεσων ή μη εγγράφων, προκειμένου για τα αποδεικτικά στοιχεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν προς απόδειξη παραβάσεως των άρθρων 101 ή 102 ΣΛΕΕ, η αρχή που ισχύει στο κοινοτικό δίκαιο είναι η αρχή της ελεύθερης εκτιμήσεως των αποδείξεων[893].

---

[890]Ο […], στην ένορκη κατάθεσή του το 2008, δηλώνει ότι τη συγκεκριμένη περίοδο στα καταστήματά του διατίθεντο σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παράλληλα με το σήμα «BUD» και «CORONA». Ωστόσο, η διάθεση των σημάτων αυτών είναι σε πολύ περιορισμένο ποσοστό. […].

[891]Ο […] του Ομίλου, […], σε ένορκη κατάθεσή του που έλαβε χώρα στις 11.04.2008 ενώπιον της Ε.Α., ανέφερε τα ακόλουθα: «[η*] συνεργασία έληξε με τη λήξη του συμβολαίου. Δεν υπήρξε πρόωρη λήξη.* […]. Ο μάρτυρας μάλιστα αποδίδει ενδεχόμενη άνοδο των πωλήσεων *«στην αύξηση των τουριστών μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες»*. Επίσης, ο […] δηλώνει σχετικά με την πρόταση ανανέωσης της συνεργασίας εκ μέρους της Μύθος Ζυθοποιίας που αναφέρεται ανωτέρω: *«[μ]ας πρότειναν να παρατείνουμε τη συνεργασία αλλά για τους λόγους που αναφέρουμε πιο πάνω δεν δεχτήκαμε»*.

[892]Απόφαση ΓενΔικ της 12.07.2011, υπόθ. T-113/07, Toshiba Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 87 και απόφαση Dresdner Bank κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. ΙΙ-3567, σκ. 64 και 65 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

[893]Απόφαση του Πρωτοδικείου της 8ης Ιουλίου 2004, T-50/00, Dalmine κατά Επιτροπής, Συλλογή 2004, σ. II-2395, σκέψη 72.

Τέλος[894], όσον αφορά την αποδεικτική αξία των διαφόρων στοιχείων, το μόνο κατάλληλο για την αξιολόγηση των προσκομιζόμενων αποδείξεων κριτήριο είναι η αξιοπιστία τους. Σύμφωνα με τους γενικούς κανόνες στο πεδίο των αποδείξεων, η αξιοπιστία και, συνεπώς, η αποδεικτική αξία ενός εγγράφου εξαρτάται από την προέλευσή του, τις περιστάσεις υπό τις οποίες συνετάχθη, τον αποδέκτη του και το περιεχόμενό του[895]. Όσον αφορά τις δηλώσεις, ιδιαιτέρως σημαντική αποδεικτική αξία δύναται, εξάλλου, να αναγνωρίζεται σε αυτές οι οποίες, πρώτον, είναι αξιόπιστες, δεύτερον, πραγματοποιούνται επ' ονόματι επιχειρήσεως, τρίτον, προέρχονται από πρόσωπο το οποίο έχει επαγγελματική υποχρέωση να δρα προς το συμφέρον της εν λόγω επιχειρήσεως, τέταρτον, στρέφονται κατά των συμφερόντων του δηλούντος, πέμπτον, προέρχονται από άμεσο μάρτυρα των περιστατικών στα οποία αναφέρονται και, έκτον, έχουν προσκομισθεί εγγράφως, αυτοβούλως και κατόπιν ωρίμου σκέψεως[896].

788 Και στην περίπτωση αυτή, όπως και στα key accounts ανωτέρω και στα τελικά σημεία εν συνεχεία, ο ισχυρισμός ότι ένας επιχειρηματίας μπορεί να επιλέγει να περιοριστεί σε λιγότερα σήματα, αλυσιτελώς προβάλλεται δεδομένης της ύπαρξης υπέρτερης αποδεικτικής αξίας συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων που αποδεικνύουν ότι η αποκλειστικότητα και ο αποκλεισμός συγκεκριμένων ανταγωνιστικών σημάτων προέκυψε ύστερα από απαίτηση της καθ' ης.

789 Επιπλέον, αν και η ΑΖ επιχειρεί να αντιστρέψει την κατάσταση μεταθέτοντας το ζήτημα της αποκλειστικότητας στην καταγγέλλουσα, ο ισχυρισμός αυτός είναι απορριπτέος, δεδομένου αφενός ότι η καταγγέλλουσα δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση και αφετέρου προέκυψε ότι η ίδια η καθ' ης δεν επέτρεπε την παράλληλη διάθεση από τον Όμιλο των σημάτων της καταγγέλλουσας.

790 Τέλος, σε σχέση με τις ένορκες καταθέσεις των […] που επικαλείται η ΑΖ, και τα οποία σταθμίζονται κατά τα ανωτέρω, ισχύουν τα προεκτεθέντα για τους όρους και τις συνθήκες λήψης που ευνοούν την πίεση και την έλλειψη εχεγγύων αξιοπιστίας, δεδομένου αφενός ότι λαμβάνονται εκ των υστέρων προς το σκοπό χρήσης στη διαδικασία από την καθ' ης και αφετέρου ενώ οι μάρτυρες είναι εκπρόσωποι καταστημάτων που συνεργάζονται με την ΑΖ.

Όμιλος καταστημάτων εστίασης και διασκέδασης στις περιοχές […].

791 Η Μύθος Ζυθοποιία κατήγγειλε επίσης[897] την περίπτωση Ομίλου *«ιδιαίτερα γνωστών και διαδεδομένων στο καταναλωτικό κοινό ιδίως το νεανικό»* καταστημάτων εστίασης και διασκέδασης στις περιοχές […] ενώ στα περιστατικά αυτά αναφέρθηκε εν συνεχεία, κατά την ακροαματική διαδικασία, […] της Μύθος[898]. Αναλυτικότερα, η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι το Μάρτιο του 2011 είχε κατορθώσει, μετά από διαπραγματεύσεις, να συνάψει συμβάσεις συνεργασίας με τα καταστήματα του εν λόγω Ομίλου τα

---

[894] Ibid., σκ. 91 επ. και απόφαση Dalmine κατά Επιτροπής, ό.π., σκέψη 72

[895] Απόφαση του Πρωτοδικείου της 15ης Μαρτίου 2000, T-25/95, T-26/95, T-30/95 έως T-32/95, T-34/95 έως T-39/95, T-42/95 έως T-46/95, T-48/95, T-50/95 έως T-65/95, T 68/95 έως T 71/95, T-87/95, T-88/95, T-103/95 και T-104/95, Cimenteries CBR κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 2000, σ. II-491, σκέψεις 1053 και 1838.

[896] Βλ., συναφώς, απόφαση JFE Engineering κ.λπ. κατά Επιτροπής, απόφαση του Πρωτοδικείου της 8ης Ιουλίου 2004, T-67/00, T-68/00, T-71/00 και T-78/00, JFE Engineering κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλογή 2004, σ. II-2501, σκέψεις 205 έως 210.

[897] Υποβολή με αρ. πρωτ. 6169/30.07.2012.

[898] Στη συνεδρίαση της 24.03.2014 (17η Συνεδρίαση), αναφορικά με το […] μάρτυρας κατέθεσε ότι […].

οποία τότε *«θεωρούνταν τα πιο "trendy" στη διασκέδαση»*. Πρόκειται για τα καταστήματα:

« […]»[899],

« […]»[900],

« […]»[901],

« […]»[902],

« […]»[903],

« […]»[904],

«[…]»[905]και

« […]»[906].

792 Οι συμβάσεις με τα ως άνω καταστήματα έφεραν ημερομηνία […].2011 και είχαν […] διάρκεια (με λήξη την […].2013), ενώ προέβλεπαν μεταξύ άλλων την αποκλειστική διάθεση και προώθηση των σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας έναντι σχετικής αμοιβής η οποία μάλιστα δόθηκε προκαταβολικά από την εταιρία ζύθου[907].

793 Όπως όμως αναφέρει η εταιρία, η ως άνω συνεργασία δεν διήρκεσε πολύ «καθώς ήδη από τα μέσα […] οι υπεύθυνοι των εν λόγω καταστημάτων και ειδικότερα ο […] (συμφερόντων του οποίου είναι τα εν λόγω καταστήματα) μας ενημέρωσε ότι δέχθηκε πολύ υψηλότερες σε αξία προσφορές από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ τις οποίες δεν μπορούσε να απορρίψει αφού ήταν στην χειρότερη περίπτωση σχεδόν […]. Επιπλέον, στις διαμαρτυρίες της Μύθος Ζυθοποιίας λόγω της μη τήρησης των συμφωνημένων, οι εκπρόσωποι των καταστημάτων δήλωσαν ότι «η απόφασή τους είχε ήδη ληφθεί και ότι θα προχωρούσαν σε συνεργασία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για την κατ' αποκλειστικότητα προώθηση των προϊόντων της στα καταστήματα αυτά».

794 Από τα συμφωνητικά ημερομηνίας […] που συνήψε η Μύθος Ζυθοποιία με τα καταστήματα του Ομίλου[908] για τη λύση της συνεργασίας και την επιστροφή του συνόλου ή του μεγαλύτερου μέρους των αντίστοιχων καταβεβλημένων ποσών[909], η καταγγέλλουσα παραθέτει το ακόλουθο απόσπασμα:

---

[899]«[…], στο […].
[900]«[…] στην […].
[901]«[…] στο […].
[902]«[…] στο […].
[903]«[…] στο […].
[904]«[…] στο […].
[905]«[…] στην Αθήνα.
[906]«[…] στο Κολωνάκι.
[907]Η Μύθος Ζυθοποιία επισύναψε τα σχετικά συμφωνητικά. Βάσει αυτών, οι σχετικές αμοιβές που συμφωνήθηκαν ήταν ύψους: […].
[908]Στην περίπτωση της […] το συμφωνητικό λύσης της συνεργασίας είναι της […].
[909]Η εταιρία επισύναψε τα σχετικά συμφωνητικά […] προσκομίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 7275/20.09.13 και 7279/20.09.13 υποβολές στοιχείων εκ μέρους των εν λόγω εταιριών).
Τα ποσά που επεστράφησαν με βάση τα συμφωνητικά που προσκομίσθηκαν στην Υπηρεσία τόσο από την καταγγέλλουσα (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων) όσο και από τις εταιρίες του εν λόγω

795 […][[910]].

[…].

796 Από την αναφορά της Μύθος Ζυθοποιία και από τα εν λόγω συμφωνητικά προκύπτει ότι αιτία για τη λύση της μεταξύ τους συμφωνίας ήταν η «όμοια» συμφωνία με ανταγωνίστρια προμηθεύτρια (όντως εν συνεχεία συνήφθη συμφωνία με την καθ' ης), με κίνητρο παροχές ακόμη υψηλότερες και από αυτές που ελάμβανε η αντισυμβαλλόμενη από τη Μύθος, και με προϋπόθεση τη διακοπή της συμφωνίας προμήθειας από τη Μύθος.

797 Συνεπώς, κατά τη Μύθος Ζυθοποιία, «τα καταστήματα αυτά ομολογούν ότι δέχθηκαν καλύτερη πρόταση από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για τον ίδιο σκοπό δηλαδή την "κατ' αποκλειστικότητα στο είδος τους προμήθεια και προώθηση των προϊόντων" της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ αυτή τη φορά πράξη κατάφορα αντίθετη με τη συμπεριφορά που πρέπει να δείχνει ο έχων δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά».

798 Σημειώνεται ότι από την εξέταση των στοιχείων που προσκομίσθηκαν από τις επιχειρήσεις αυτές[911] προκύπτει ότι οι εταιρίες […] η οποία λύθηκε την επίμαχη χρονική περίοδο[912].

799 […][913].

800 Το σύνολο των εταιριών του Ομίλου προσκόμισε αναλυτικά στοιχεία αγορών προϊόντων ζύθου ανά εμπορικό σήμα για την περίοδο των ετών 2007 – α΄ εξάμηνο του 2013. Σύμφωνα με τα εν λόγω στοιχεία, προκύπτει ότι τις λυθείσες συμφωνίες με τις εταιρίες Μύθος Ζυθοποιία […] για διάθεση προϊόντων ζύθου αντικατέστησε η διάθεση προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ειδικότερα, η διάθεση προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ξεκίνησε κατά το 2011 από τις εταιρίες […][914][…] και τουλάχιστον από το 2012 εφεξής είναι αποκλειστική, σε ποσοστό [95-100]% (πλην της πρώτης εκ των αναφερθεισών επιχειρήσεων η οποία έπαυσε λειτουργία), και συνεχίζεται συνεπώς έως, τουλάχιστον, το α' εξάμηνο του 2013. Στην περίπτωση της εταιρίας […] η αναλογία αγορών σε σήματα μπίρας της καθ' ης υπήρξε [25-35]% το 2010, ενώ ανήλθε σε ποσοστό ύψους [75-85]% το 2011, φθάνοντας το 2012 και το α' εξάμηνο του 2013 το επίπεδο του [95-100]%. Παρομοίως, η εταιρία […] η οποία προμηθευόταν προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ποσοστό σχεδόν [25-35]% το 2010, από το επόμενο έτος (2011) έως και το α' εξάμηνο του 2013 πραγματοποίησε αγορές των εν λόγω σημάτων σε αποκλειστική βάση (ποσοστό ύψους [95-100]%). Στην περίπτωση της εταιρίας […], παρά

Ομίλου (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 7273/20.09.13, 7274/20.09.13, 7275/20.09.13, 7276/20.09.13, 7278/20.09.13, 7279/20.09.13 και 7280/20.09.13 υποβολές στοιχείων) είναι τα ακόλουθα: […].

[910][…].

[911]Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 7273/20.09.13, 7274/20.09.13, 7275/20.09.13, 7276/20.09.13, 7277/20.09.13, 7278/20.09.13, 7279/20.09.13 και 7280/20.09.13 υποβολές στοιχείων εκ μέρους των ως άνω εταιριών του Ομίλου.

[912][…].

[913][…].

[914]Στην περίπτωση της εταιρίας […] πραγματοποιήθηκαν αγορές σε προϊόντα ζύθου της καθ' ης κατά το 2010, σε ποσοστό ίσο με [0-5]%. Αντίστοιχα, στην περίπτωση της […] το αντίστοιχο ποσοστό είναι της τάξεως του [0-5]%. Επίσης, η εταιρία […] εμφανίζει μικρό ποσοστό αγορών της τάξεως του [0-5]% σε σήματα της καθ' ης το 2007, ενώ τα έτη 2008 – 2010 το αντίστοιχο ποσοστό είναι μηδενικό.

την ως άνω αναφερθείσα έγγραφη συμφωνία του 2011 με τη Μύθος Ζυθοποιία, η επιχείρηση προμηθεύεται αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της καθ' ης ήδη από το 2010 (σε ποσοστό [95-100]%) και συνεχίζει έως και το 2012, τελευταίο έτος λειτουργίας της επιχείρησης (σε ποσοστό για τα έτη 2011 – 2012 ύψους [95-100]%). Παρομοίως με τις περιπτώσεις των εταιριών […], όπως προκύπτει από τα αναλυτικά στοιχεία αγορών του Πίνακα, […].

801 Από τα ανωτέρω αποδεικνύεται ότι οι εταιρίες του Ομίλου διέκοψαν υφιστάμενες σχέσεις συνεργασίας με τη Μύθος Ζυθοποιία […] επιστρέφοντας μάλιστα πολύ σημαντικά ποσά αξίας τουλάχιστον […] στην πρώτη […] στη δεύτερη, προκειμένου να ξεκινήσουν αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία (με την εξαίρεση της […] η οποία […]. Καταδεικνύεται επομένως ότι με αντιπαροχή ανώτερη από αυτή που της προσέφερε η Μύθος Ζυθοποιία, οι εν λόγω εταιρίες […] κ.λπ. αποδέχθηκαν την επιβολή του όρου αποκλειστικής συνεργασίας από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία

802 Η ΑΖ[915] επικαλείται σχετικά την υπ΄ αριθ. 911/2014 ένορκη βεβαίωση του […], εταίρου μιας εκ των επιχειρήσεων του Ομίλου μέχρι τα […] 2013. Σε σχέση με τη δήλωση αυτή, η οποία δεν μπορεί να αναιρέσει τα ανωτέρω συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν πέραν αμφιβολίας με βάση όσα προεκτέθηκαν, παρατηρείται σε κάθε περίπτωση ότι: α) ο εκπρόσωπος του καταστήματος που έδωσε ενόψει της διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ την ένορκη βεβαίωση αναφέρει ως λόγω λύσης της συμφωνίας με τη Μύθος την οικονομική κρίση και το ότι η συνεργασία δεν εξελίχθηκε όπως αμφότερες οι πλευρές είχαν υπολογίσει, παρότι είχε διανυθεί μόνο ένα εξάμηνο ισχύος της συμφωνίας κατά το οποίο μάλιστα, οι κρούσεις της ΑΖ για εκ νέου (αποκλειστική) συνεργασία με το σημείο, έναντι ανταλλάγματος, ήταν διαρκείς[916] και β) παρότι αναφέρει ως πρόβλημα στη συνεργασία με τη Μύθος την αποκλειστικότητα, προκύπτει ότι στην πράξη δεν τηρούνταν αυτός ο όρος όσο συνεργαζόταν με τη Μύθος αφού συνεργαζόταν παράλληλα και με την έτερη προμηθεύτρια κατά τα ανωτέρω, ωστόσο ο «όμοιου περιεχομένου» όρος αποκλειστικότητας τηρήθηκε αυστηρά όταν άρχισε να συνεργάζεται με την ΑΖ, και δη με προφορική, κατά δήλωσή του, συμφωνία με την ΑΖ[917].

Περιπτώσεις αναφοράς συμφωνίας αποκλειστικότητας από τα λιανικά σημεία

803 Περαιτέρω, στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης ιδιοκτήτες τελικών σημείων ανά την Ελλάδα κατέθεσαν στην Ε.Α. ότι έχουν συνάψει (προφορική ή γραπτή) συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και διευκρίνισαν σαφώς ότι η σχετική συμφωνία δεν τους επιτρέπει την προμήθεια ανταγωνιστικών προϊόντων. Χαρακτηριστικές είναι οι καταθέσεις των ιδιοκτητών των καταστημάτων «[…]» (περίπτωση καφετέριας / εστιατορίου στην […] το οποίο αναφέρει και στην καταγγελία της η Μύθος Ζυθοποιία το 2006, και για την οποία αποδεικνύεται κατά τα ανωτέρω επιβολή όρου αποκλειστικότητας από την καθ' ης για περίοδο δώδεκα ετών μέχρι τουλάχιστον το 2010 οπότε έλαβε χώρα η σχετική επιτόπια έρευνα της Ε.Α.), «[…]» (περίπτωση καφετέριας – μπαρ στην […] με επιβολή αποκλειστικότητας από το 1993 έως και το 2008 – η περίπτωση καταγγέλλεται και από τη Μύθος

[915] Στο υπόμνημά της 04.03.2014 –κεφ. Γ.1.3.4 και σχετικό ΤΣ/2Η.
[916] Βλ. ανωτέρω μαρτυρία […] της Μύθος.
[917] Κατά την πάγια πρακτική της με τα προεκτεθέντα ζητήματα.

Ζυθοποιία[918]), «[…]» (αναψυκτήριο / καφετέρια στη […] – περίπτωση η οποία αναφέρεται και από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[919]), οι οποίοι αναφέρονται στη ρητή δέσμευση αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ή στην απαγόρευση διάθεσης ανταγωνιστικών προϊόντων[920]. Ειδικότερα, ο ιδιοκτήτης του ως άνω καταστήματος «[…]» κατέθεσε ότι από τις προφορικές του συμφωνίες με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία *δεσμεύεται να μην προμηθεύεται προϊόντα άλλων εταιρειών*, ενώ η ιδιοκτήτρια της καφετέριας «[…]» κατέθεσε ότι συνήψε «συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία περί αποκλειστικής προμήθειας των *προϊόντων της»* και ο ιδιοκτήτης του ως άνω καταστήματος «[…]» κατέθεσε ότι με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε υπογράψει σύμβαση στην οποία *υπήρχε όρος ότι θα διακινεί αποκλειστικά τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*[921, 922].

804 Ειδικότερα, σε σχέση με τα σημεία που αναγνωρίζουν τη δέσμευση μέσω ρήτρας αποκλειστικότητας στο πλαίσιο της συνεργασίας τους με την ΑΖ λεκτέα τα ακόλουθα.

«[…]» καφετέρια – εστιατόριο στ[…], ιδιοκτησίας της επιχείρησης «[…]»

805 Ο […] παραδέχθηκε την επιβολή όρου αποκλειστικότητας από την καθ’ ης και επισήμανε σχετικά με τους όρους της εμπορικής του συμφωνίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία: […]. *Από τις προφορικές αυτές συμφωνίες δεσμεύομαι να μην προμηθεύομαι προϊόντα άλλων εταιριών παρά μόνο αν δεν καλύπτονται από τη γκάμα των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.* […]». Επιπλέον, αναφορικά με τις χορηγηθείσες παροχές από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία διευκρινίζει: […]»[923].

806 Επίσης, το 2010 ο […] δήλωσε, στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας που διενέργησε η Ε.Α., ότι το κατάστημα *«* […]*»* διαθέτει τα σήματα ζύθου […] και […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] της Μύθος Ζυθοποιίας, καθώς και τη μπύρα […] *[65-75]% και [15-25]%* […]*»*.

807 Το κατάστημα […] στ[…] περιλαμβάνεται μεταξύ των σημείων τελικής κατανάλωσης που υπέδειξε στην καταγγελία της η Μύθος Ζυθοποιία[924], τα οποία διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (η καταγγέλλουσα ανέφερε ότι: *«[δ]ουλεύουν αποκλειστικά Α. Ζυθοποιία με χρηματικό ποσό ή είναι εμπορική παροχή ως αντάλλαγμα της μη συνεργασίας με την "Μύθος Ζυθοποιία"»*).

«[…]» καφετέρια στ[…] ιδιοκτησίας του […]

---

[918]Βλ. προαναφερθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] της Μύθος Ζυθοποιία στις περιοχές […]. Την κατάθεση προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 υποβολή στοιχείων.

[919]Βλ. υπ’ αριθ. πρωτ. 1148/5.2.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης κατά τα προεκτεθέντα.

[920]Βλ. ανωτέρω.

[921]Υπενθυμίζεται ότι σύμφωνα με τη μαρτυρία του ίδιου του επιχειρηματία, κατά τα προεκτεθέντα, υπήρχε μηχανισμός παροχής των προσφορών […], δυνάμει σύμβασης που υπογραφόταν από το τελικό σημείο, την καθ’ ης […].

[922]Επισημαίνεται ότι έχει παρατηρηθεί συχνά το φαινόμενο, οι πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης, φοβούμενοι απώλεια των συναφών πλεονεκτημάτων, να μην καταγγέλλουν την επιβολή της αποκλειστικότητας.

[923]Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (σχετ. υπ’ αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […])» και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]») και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […].

[924]Βλ. σχετ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

808 Σύμφωνα με προσκομισθείσα ένορκη κατάθεση του […], υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας[925], ο επιχειρηματίας […] που διατηρεί café – bar στ[…] με την ονομασία […] αρνήθηκε το 2006 να συνεργαστεί με την εν λόγω εταιρία επειδή είχε συνάψει συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία του απαγόρευε να διαθέτει μπύρες άλλων εταιριών[926].

809 Σε ερωτηματολόγιο που υποβλήθηκε από στελέχη της Ε.Α. στον […], στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου κατά το 2010, ο ίδιος αναφέρεται στην επιβολή αποκλειστικότητας εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα έτη συνεργασίας του με την εταιρία. Συγκεκριμένα, δηλώνει: *«[…][85-95]% [5-15]%*[927]*. […] Με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχα υπογράψει σύμβαση η οποία περιέγραφε τις παροχές που θα μου έδινε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, δηλ. έκπτωση και επίσης, υπήρχε όρος ότι θα διακινώ αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.* […][928] *[…]* [929]*»*.[…] διέκοψε τη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία το […][930].

[…], αναψυκτήριο – καφετέρια στη […] ιδιοκτησίας της […]

810 Σύμφωνα με όσα καταγράφονται σε έγγραφο αναφοράς περιστατικού με ημερομηνία 28.04.2004, που έχει συνταχθεί από τον […], πωλητή της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης[931], ο υπεύθυνος του καταστήματος […], απέρριψε πρόταση συνεργασίας που του είχε υποβάλει ο […], γιατί όπως ο τελευταίος επισημαίνει «*η Αθηναϊκή του έχει φτιάξει ένα μέρος του εσωτερικού χώρου του μαγαζιού με κάποια συμφωνία που δεν θέλησε να μου πει»*.

811 Στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που διενέργησε η Ε.Α. κατά το 2010 στο συγκεκριμένο κατάστημα, η διαχειρίστρια, […], αναφέρθηκε στην ύπαρξη σχετικής δέσμευσης αποκλειστικότητας εκ μέρους της επιχείρησης την οποία μάλιστα συνέδεσε χρονικά με τη χρηματοδότηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δαπάνης εξωραϊσμού του καταστήματος. Συγκεκριμένα, η […] δήλωσε σχετικά: *«[π]ριν από 3 χρόνια περίπου συνήψαμε -μάλλον γραπτή- συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία περί αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων της. […] Τότε περίπου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας κάλυψε τη*

---

[925]Υπ' αριθ. πρωτ. 968 ένορκη κατάθεση […] που κατέθεσε με την ιδιότητα του […] ενώπιον της συμβολαιογράφου […] στα γραφεία της εταιρίας στις 07.05.2007. Την εν λόγω κατάθεση προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[926]Συγκεκριμένα ο […] καταθέτει: *«[ο] επιχειρηματίας […] που διατηρεί CAFÉ BAR στ[…] με την ονομασία […], σε επίσκεψη του πωλητή της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ […] τον Ιούνιο του 2006 με σκοπό τη συνεργασία του απάντησε ότι έχει συνάψει συμφωνία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ η οποία του απαγορεύει να συνεργαστεί με άλλες μπύρες»*.

[927]Ο εκπρόσωπος του καταστήματος δικαιολογεί την αρχική επιλογή του σε εμπορικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως ακολούθως: […]».

[928]Ο […]συμπληρώνει *«*[…]*»*.

[929]Όπως διευκρινίζει ο […]: *«*[…]*»*. Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων) εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […],β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον ίδιο πελάτη και €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη «[…]».

[930]Ο επιχειρηματίας εξηγεί το λόγο της διακοπής της συνεργασίας ως ακολούθως: *«*[…]*»*. Περαιτέρω, σημειώνεται ότι ο εν λόγω επιχειρηματίας διακινεί πλέον προϊόντα ζύθου της Μύθος Ζυθοποιίας και τη μπύρα […] σε αναλογία [85-95]% και [5-15]%, αντίστοιχα. Δήλωσε μάλιστα ότι η Μύθος Ζυθοποιία του παρέχει τους ίδιους όρους εμπορικής συμφωνίας χωρίς να έχει επιβληθεί εκ μέρους της εταιρίας ρήτρα αποκλειστικής διακίνησης των προϊόντων της.

[931]Το έντυπο αυτό περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

δαπάνη για καρέκλες του καταστήματος. Την περίοδο εκείνη και για αρκετό καιρό πωλούσαμε αποκλειστικά τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»[932].

812 Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 - 2007[933], προκύπτει για το συγκεκριμένο κατάστημα ότι στην επιχείρηση το έτος 2005 χορηγήθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ποσό […] (ως « […]») και ποσό […] ως […] β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] ως […] και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] ως […].

[…] καφετέρια – μπαρ στο […] ιδιοκτησίας της επιχείρησης «[…]»

813 Η […], νόμιμη εκπρόσωπος της καφετέριας […], απαντώντας, κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου που έλαβε χώρα το 2006, σε σχετικό ερώτημα των στελεχών της Ε.Α. αναφορικά με τους όρους συνεργασίας με την καθ' ης δηλώνει ότι υπήρχε σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις αρχές της δεκαετίας του 1990.

Άλλες περιπτώσεις αποκλειστικότητας

«[…]»

814 Πέραν των ανωτέρω περιπτώσεων, σε ιδιωτικό συμφωνητικό […] διάρκειας ([…].2005 – 11.09.2006), που συνήφθη την […].2005 μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της εταιρίας « […]» η οποία εκμεταλλεύεται μπαρ εντός […] (συγκεκριμένα πρόκειται για το προβεβλημένο μπαρ που βρίσκεται στο […], ορίζεται (όρος 3) ότι: […]». Ο συγκεκριμένος όρος που υποχρεώνει την επιχείρηση να έχει λάβει την προηγούμενη έγκριση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τη διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων είναι σαφές ότι περιορίζει το τελικό σημείο ως προς την επιλογή των προμηθευτών προϊόντων ζύθου και οδηγεί σε αποκλεισμό ανταγωνιστικών σημάτων, απαγορεύεται, επομένως, ως καταχρηστικός[934].

815 Αναλυτικότερα, στην περίπτωση αυτή η αντισυμβαλλόμενη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεσμεύεται βάσει έγγραφης σύμβασης να προωθεί το προϊόν Heineken με τον τρόπο που ορίζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ενώ και αυτή η πώληση (καθώς και η προβολή και διαφήμιση) ανταγωνιστικών προϊόντων προϋποθέτει την έγκριση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (άρθρο 2, 3). Ο όρος αυτός κατατείνει σε αποκλειστικότητα αφού στερεί από το σημείο λιανικής πώλησης την ευχέρεια επιλογής αντισυμβαλλόμενου προμηθευτή και μεταφέρει τη σχετική επιλογή στην ίδια τη δεσπόζουσα προμηθεύτρια[935]. Επίσης, ο όρος αυτός σαφώς περιορίζει καταλυτικά τις επιλογές του πελάτη και την ανάπτυξη των ανταγωνιστών της καθ' ης, ισοδυναμεί με υποχρέωση αποκλειστικότητας μεταθέτοντας

---

[932]Περαιτέρω η διαχειρίστρια του εν λόγω καταστήματος το οποίο, όπως αναφέρει, λειτουργούσε ήδη «*8-9 χρόνια*» διευκρινίζει: […]..

[933]Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων.

[934]Το συγκεκριμένο συμφωνητικό περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[935]Υπενθυμίζεται εξάλλου συναφώς ότι φαίνεται ότι η χορηγία εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις […] έχει ως όρο την αποκλειστικότητα στην κατηγορία προϊόντος (βλ. e-mail με ημερομηνία 10.04.2006 από στέλεχος της εταιρίας […] προς τον […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της ΕΑ της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας).

τη σχετική επιχειρηματική απόφαση στην καθ' ης και απαγορεύεται, με βάση την ανωτέρω ανάλυση, από τους σχετικούς κανόνες[936]. Κατά την κρίση της Επιτροπής, ο συγκεκριμένος όρος ισοδύναμου αποτελέσματος αποσκοπεί αφενός στο να εμποδίσει την επιτυχή είσοδο ή/και ανάπτυξη ανταγωνιστικών προμηθευτών στο συγκεκριμένο πελάτη και να διατηρήσει ή να ενισχύσει τη θέση της καθ' ης και αφετέρου στο να εμποδίσουν τους καταναλωτές να επωφεληθούν του ανταγωνισμού μεταξύ των προσφορών, των προωθητικών ενεργειών και εν γένει του ανταγωνισμού μεταξύ ανταγωνιστικών επιχειρήσεων.

816 Όλως αλυσιτελώς και αβασίμως ισχυρίζεται στο υπόμνημά της, δε, η καθ' ης (χωρίς να αμφισβητεί τη σύναψη της αποκλειστικότητας) τη δήθεν μικρή διάρκεια της σύμβασης δεδομένου ότι, αφενός, η διάρκεια δεν προκύπτει ότι αυτή είναι μικρή ([…]) και αφετέρου ένας τέτοιος ισχυρισμός ουδεμία έννομη επιρροή ασκεί κατά τα εδώ αναλυτικώς εκτιθέμενα, ενώ δεν προβλέπεται καμία εξαίρεση βάσει της διάρκειας των ρητρών αποκλειστικότητας που απαγορεύονται άνευ ετέρου, χωρίς να είναι αναγκαίο να δειχθεί η επίπτωσή τους στη διάρθρωση της αγοράς.

[…] καφετέρια στο […] ιδιοκτησίας της «[…]»

817 Στην περίπτωση της εταιρίας « […]», σε ερωτήσεις στελεχών της Ε.Α. κατά τον επιτόπιο έλεγχο που διενεργήθηκε το 2006, δόθηκαν αρχικά απαντήσεις εκ μέρους του, κατά δήλωσή του, υπεύθυνου του καταστήματος, […]. Σχετικά με τα εμπορικά σήματα ζύθου που διακινεί το κατάστημα, έγινε αναφορά στην ύπαρξη εμπορικής συμφωνίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία που επιβάλλει αποκλειστική διακίνηση των δικών της σημάτων. Συγκεκριμένα, στις απαντήσεις αναφέρεται: *«[η] εταιρία προμηθεύεται τα εμπορικά σήματα Amstel, Heineken, McFarland, Carib, Fischer, Erdinger, όλα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Δεν προμηθεύεται σήματα άλλων εταιριών λόγω εμπορικής συμφωνίας απευθείας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία δεν το επιτρέπει. Η σύμβαση παραμένει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία και στους χώρους του χονδρεμπόρου [...] Η συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπάρχει τουλάχιστον από την έναρξη της επιχείρησης (*[…]*) με τη νέα διοίκηση, το Μάρτιο του 2005, με τα εμπορικά σήματα που αναφέρθηκαν»*. Σε σχετικό ερώτημα αναφορικά με τους όρους προμήθειας των προϊόντων από συνεργαζόμενες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις αναφέρεται: *«[ο]ι συμφωνίες κλείνονται απευθείας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αυτή επικοινωνεί με το χονδρέμπορο για επιβεβαίωση των όρων της συμφωνίας. Σε περίπτωση που ζητηθεί από το χονδρέμπορο εμπορικό σήμα άλλης εταιρίας, πιθανότατα θα το προμηθεύσει. Η τήρηση των όρων της αποκλειστικής προμήθειας είναι ευθύνη και ελέγχεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*.

818 Ωστόσο, οι απαντήσεις που δόθηκαν στο σύνολο των ερωτήσεων που υποβλήθηκαν εκ της Ε.Α. δεν υπεγράφησαν από τον […] διότι κατά το τέλος της κατάθεσης, εισήλθε στο χώρο ο διαχειριστής και

---

[936]Αναλυτικά Κεφ. Α.2.1 Σύμβαση […] με την εταιρεία «[…]» που εκμεταλλεύεται bar στο […]. Σχετικά πρβλ. Απόφαση ΠΕΚ Τ-155/06, Tomra κατά Επιτροπής ό.π. σκ. 55 επ. *A minore ad majus*, ακόμη και η απαγόρευση προώθησης ανταγωνιστικών σημάτων κατά τη διάρκεια των προωθήσεων στις οποίες προβαίνει η δεσπόζουσα επιχείρηση θεωρείται μη εύλογος όρος συναλλαγής – βλ. απόφαση ΕΑ434/V/2009, σκ. 58-59 [επιβεβαιωθείσα από Απόφαση ΔΕφΑθ 2265/2010, Nestle κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού]. Πρβλ. και C-27/76, United Brands κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ιδίως σκ. 185-194.

ελέγχων μέτοχος (κατά 51%) της επιχείρησης, […], ο οποίος ζήτησε να προστεθεί στο έντυπο το όνομά του (ως καταθέτοντος) και να διαβάσει την κατάθεση που ήδη είχε δώσει ο […]. Ο […] διαφώνησε με το περιεχόμενο της κατάθεσης και ζήτησε να τεθούν τα ερωτήματα εκ νέου, και αυτή τη φορά να απευθυνθούν στον ίδιο, με το επιχείρημα ότι αυτός, ως νόμιμος εκπρόσωπος της επιχείρησης, είναι ο μόνος του οποίου οι απαντήσεις είναι δεσμευτικές για το νομικό πρόσωπο.

819 Στις απαντήσεις του δεν γίνεται αναφορά σε ύπαρξη όρου αποκλειστικότητας στην προμήθεια των σημάτων ζύθου της καθ' ης, ενώ διευκρινίζεται ότι η εταιρία « […]» *«[δ]εν εμπορεύεται σήματα άλλων εταιριών γιατί δεν ενδιαφέρεται για συνεργασία με άλλες εταιρίες»*. Επίσης, αναφέρει σχετικά με τη χονδρεμπορική επιχείρηση από την οποία πραγματοποιείται η προμήθεια των προϊόντων ζύθου: *«δεν έχει σχέση με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οπότε δεν υπάρχει κανένας περιορισμός ως προς την προμήθεια εμπορικών σημάτων»*. Σύμφωνα με τον επιχειρηματία, συνεννόηση με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπάρχει σχετικά με τη διεξαγωγή προωθητικών ενεργειών *«π.χ. happenings στο χώρο του καταστήματος, αναφορά του καταστήματος στα διαφημιστικά σποτ της εταιρίας»*. Ωστόσο η πρώτη μαρτυρία του […] που είχε επίσης άμεση γνώση των πραγματικών περιστατικών και που δόθηκε αμέσως μετά την είσοδο των ελεγκτών της Υπηρεσίας κρίνεται αυθόρμητη και άρα υπέρτερης αποδεικτικής αξίας σε σχέση με τη δεύτερη μαρτυρία του […] κατά τα ανωτέρω. Κατά τα προεκτεθέντα, λόγω της ασθενέστερης διαπραγματευτικής θέσης και της άμεσης και έμμεσης πίεσης την οποία μπορεί να υφίστανται οι μάρτυρες, τα εν λόγω αποδεικτικά μέσα σταθμίζονται ως υποδεέστερα σε σχέση με αυθόρμητες, σύγχρονες της παράβασης μαρτυρίες κατά τα ανωτέρω, ιδίως σταθμίζοντας το σύνολο των λοιπών στοιχείων και αν αυτά είναι συγκλίνοντα και αλληλοσυμπληρούμενα[937].

820 Σημειώνεται, τέλος, ότι σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου[938] […][939][…]».

Αποκλειστικά σημεία με υπερβολικές παροχές

821 Η προεκτεθείσα ανάλυση, κατέδειξε ότι τελικά σημεία τα οποία λαμβάνουν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία (βάσει εκπτώσεων και κάθε είδους παροχών) υψηλά ανταλλάγματα διαθέτουν κατά κανόνα αποκλειστικά ή οιονεί αποκλειστικά τα εμπορικά της σήματα. Ειδικότερα επισημαίνονται οι περιπτώσεις εστιατορίου στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας της « […]» το οποίο κατά τα έτη 2005 και 2006 κάλυπτε μέρος μόνο των αναγκών της (σε αναλογία [55-65]% και [5-15]%, αντίστοιχα) σε προϊόντα ζύθου με σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ωστόσο προέβη σε αποκλειστική προμήθεια προϊόντων ζύθου της καθ' ης τα έτη 2007 με αναλογία αγορών σε σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας [85-95]%, και [95-100]% το 2008 (βλ. Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1 ο οποίος παρουσιάζει την αναλογία αγορών του καταστήματος σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας). Από την εξέταση, δε, των αναλυτικών οικονομικών μεγεθών προκύπτει ότι το υπό εξέταση έτος 2007, η εν λόγω επιχείρηση έλαβε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία εκπτώσεις ([…]) και διαφημιστικές παροχές οι οποίες υπερέβησαν

[937]Βλ. και Απόφαση ΕΑ 309/V/2006 σελ. 20.

[938]E-mail με ημερομηνία 10.04.2006 από στέλεχος […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της ΕΑ της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[939][…].

κατά πολύ και αυτό το αντίστοιχο κόστος της αγοράς των προϊόντων (το ποσοστό των χορηγηθέντων ποσών επί της μικτής αξίας πωλήσεων ανέρχεται σε […]%, ενώ τα προηγούμενα δύο έτη, 2006 και 2005, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν ίσο με […]% και […]%, αντίστοιχα) κατά τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτιθέμενα.

822 Αξιοσημείωτο είναι ότι από την εξέταση των αναλυτικών οικονομικών μεγεθών (μέγεθος πωλήσεων, χορηγηθείσες εκπτώσεις και διαφημιστικές παροχές)[940] προκύπτει ότι το 2007, ήτοι το έτος κατά το οποίο η εταιρία προχώρησε σε κατακόρυφη αύξηση των αγορών της σε προϊόντα ζύθου της καθ' ης καλύπτοντας το [85-95]% των συνολικών αναγκών της, έλαβε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία εκπτώσεις ([…]) και διαφημιστικές παροχές οι οποίες […]. Συγκεκριμένα, κατά το εν λόγω έτος το ποσοστό των ως άνω χορηγηθέντων ποσών επί της μικτής αξίας πωλήσεων που η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πραγματοποίησε προς τη συγκεκριμένη επιχείρηση εκτιμάται στο ύψος του […]%, ενώ τα προηγούμενα δύο έτη, 2006 και 2005, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν ίσο με […]% και […]%, αντίστοιχα[941].

823 Ομοίως, στις περιπτώσεις των εστιατορίων του [[…]] στη Θεσσαλονίκη, η αναλογία αγορών σημάτων ζύθου της καθ' ης εκ μέρους της ως […] εκτιμάται σε επίπεδο [95-100]%, [95-100]% και [95-100]% κατά τα έτη 2006, 2007 και 2008, αντίστοιχα, ενώ η « […]» προμηθεύεται εξ ολοκλήρου προϊόντα ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας και στα τρία έτη. Η «[…]» έλαβε κατά το 2006 εκπτώσεις ([…]) και «διαφημιστικές» αμοιβές από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία οι οποίες εκτιμώνται σε επίπεδο […]% επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων που πραγματοποίησε η καθ' ης στη συγκεκριμένη εταιρία κατά το ίδιο έτος[942], ενώ το επόμενο έτος, 2007, η ατομική επιχείρηση « […]» έλαβε ποσά εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών από την καθ' ης ύψους [65-75]% επί της μικτής αξίας πωλήσεων[943]. Και στην περίπτωση αυτή δεν προκύπτει καμία συγκεκριμένη παροχή υπηρεσίας από τον πελάτη για τις παροχές αυτές, παρά μόνο μια γενικόλογη επίκληση περί συνδιαφημιστικών ενεργειών, οι οποίες σαφώς δεν έχουν σχέση με το υπέρμετρο ύψος των παροχών[944].

824 Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1, στην περίπτωση εστιατορίου ιδιοκτησίας της εταιρίας […], η επιχείρηση προμηθεύονταν κατά τα έτη 2005 – 2008 προϊόντα ζύθου της

---

[940]Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων ([…]) και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα ποσά που χορήγησε η καθ' ης για διαφημιστικούς σκοπούς για τα έτη 2005 – 2007 για τα οποία υπάρχουν και διαθέσιμα αναλυτικά στοιχεία προκύπτουν από το άθροισμα των ποσών που έχουν εγγραφεί στους […], χρησιμοποιούνται τα ποσά που υποδεικνύονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

[941]Για το σημείο αυτό, που είναι άμεσος πελάτης της ΑΖ, όπως και για το Κέντρο Εστίασης […]. στη Θεσσαλονίκη, η ΑΖ επικαλείται την ένορκη βεβαίωση του […] στην υπ' αριθ. 15.127/2014 ένορκη βεβαίωσή του (ΣΧΕΤΙΚΟ ΤΣ/2Ζ) περί έλλειψης συμφωνίας αποκλειστικότητας. […].

[942]Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων ([…]) και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα ποσά που χορήγησε η καθ' ης για διαφημιστικούς σκοπούς για τα έτη 2005 – 2007 για τα οποία υπάρχουν και διαθέσιμα αναλυτικά στοιχεία προκύπτουν από το άθροισμα των ποσών που έχουν εγγραφεί στους λογαριασμούς […]). Για τα υπόλοιπα έτη, 2008 – 2011, χρησιμοποιούνται τα ποσά που παρέχονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

[943]Βλ. και Πίνακα 16 του Παραρτήματος 1.

[944]Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 390 με επίκληση υπ' αριθ. 2253/2014 ένορκης κατάθεσης του ιδιοκτήτη των ως άνω επιχειρήσεων […], περί του ότι πραγματοποιήθηκαν με την ΑΖ «[…]».

Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αποκλειστική βάση καλύπτοντας το [95-100]% των αναγκών της σε σήματα μπίρας. Παράλληλα, σε τρία από τα τέσσερα ως άνω έτη, η εν λόγω εταιρία έλαβε από την καθ' ης συνολικά ποσά εκπτώσεων ([…]) και «διαφημιστικών» παροχών τα οποία εκφρασμένα ως ποσοστά επί της αντίστοιχης μικτής αξίας πωλήσεων κατατάσσονται στα υψηλότερα μεταξύ των επιχειρήσεων – άμεσων πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ανήκουν στην κατηγορία των εστιατορίων με βάση το αντικείμενο δραστηριότητα τους[945].

825 Στην περίπτωση της εταιρίας εκμετάλλευσης χώρων μαζικής εστίασης με την επωνυμία « […]» στο […] που δήλωσε στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που διεξήγαγε η Ε.Α. κατά το 2006 ότι διαθέτει αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, το συνολικό ποσό εκπτώσεων ([…]) και «διαφημιστικών» παροχών που έλαβε η ως άνω εταιρία το συγκεκριμένο έτος εκφρασμένο επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων που της αντιστοιχεί εκτιμάται στο ύψος του […]% (βλ. στοιχεία του Πίνακα 18 του Παραρτήματος 1)[946].

826 Και σε αυτές τις περιπτώσεις, οι αμοιβές παρέχονται από την ΑΖ με γενικόλογη επίκληση διαφημιστικών παροχών οι οποίες δεν είναι ορισμένες, δεν συγκεκριμενοποιούνται ούτε ποσοτικοποιούνται, και δεν αποδεικνύεται ή ελέγχεται η εκτέλεσή τους. Επίσης, για αυτές εκδίδεται τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών που δεν ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένες παρασχεθείσες υπηρεσίες. Ουδεμία διαφοροποίηση στις διαφημιστικές παροχές ανάλογα με το ύψος των παροχών δεν αναφέρεται ή αποδεικνύεται. Και εν προκειμένω τα παραδείγματα αυτά κατατείνουν σε διακριτική μεταχείριση μεταξύ των πελατών εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης και σε αποκλεισμό των ανταγωνιστών.

Αναφορές των ανταγωνιστριών

827 Περαιτέρω, η Μύθος Ζυθοποιία, […] και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κατονομάζουν καταστήματα, τα οποία προσέγγισαν προκειμένου να διαθέσουν τα προϊόντα τους, εντούτοις έλαβαν αρνητική απάντηση λόγω αποκλειστικής συνεργασίας των εν λόγω καταστημάτων με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

828 Η Μύθος Ζυθοποιία έχει καταγγείλει πολλές περιπτώσεις στις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είτε καταβάλλει υπέρογκα ποσά είτε προσφέρει ευνοϊκότατους και δελεαστικούς όρους πωλήσεων ή άλλες έμμεσες παροχές υπό την προϋπόθεση τα λαμβάνοντα τις παροχές καταστήματα να διακόψουν τη

---

[945] Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων ([…]) και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα ποσά που χορήγησε η καθ' ης για διαφημιστικούς σκοπούς για τα έτη 2005 – 2007 για τα οποία υπάρχουν και διαθέσιμα αναλυτικά στοιχεία προκύπτουν από το άθροισμα των ποσών που έχουν εγγραφεί στους λογαριασμούς […]). Για τα υπόλοιπα έτη, 2008 – 2011, χρησιμοποιούνται τα ποσά που υποδεικνύονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

[946] Αναλυτικά τα οικονομικά μεγέθη βάσει των οποίων υπολογίσθηκε το ως άνω ποσοστό παρατίθενται στον Πίνακα 18 του Παραρτήματος 1. Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων ([…]) και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα ποσά που χορήγησε η καθ' ης για διαφημιστικούς σκοπούς για τα έτη 2005 – 2007 για τα οποία υπάρχουν και διαθέσιμα αναλυτικά στοιχεία προκύπτουν από το άθροισμα των ποσών που έχουν εγγραφεί στους λογαριασμούς […]. Για τα υπόλοιπα έτη, 2008 – 2011, χρησιμοποιήθηκαν τα ποσά που υποδεικνύονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

συνεργασία με ανταγωνίστριες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επιχειρήσεις[947]. Ειδικότερα σημειώνονται οι εξής:

Καταστήματα «[…]», «[…]» και «[…]» στο […]

829 Επίσης, η καταγγέλλουσα αναφέρει τα εστιατόρια « […]», « […]» και « […]» (στο […]) ως περιπτώσεις συμφωνίας αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία που εμπόδισε τη συνέχιση της συνεργασίας των σημείων με τη Μύθος Ζυθοποιία για το 2012. Μάλιστα, σε σχέση με αυτά αναφέρεται και από την τρίτη παρεμβαίνουσα Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ότι το 2013 απέρριψαν οποιαδήποτε προσφορά της, δηλώνοντας ότι έχουν μακροχρόνια συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

830 Ειδικότερα, η Μύθος Ζυθοποιία, τον Ιούλιο του 2012[948], κατήγγειλε ως παράδειγμα καταστημάτων το οποίο απέσπασε η καθ' ης, με πίεση και προσφορές στον καταστηματάρχη και με αντάλλαγμα την αποβολή ανταγωνιστών το κατάστημα […] ιδιοκτησίας […] στο […], καθώς και στις συγγενείς του επιχειρήσεις […][949] και […][950], για τα οποία επισημαίνει ότι διατηρούσε συνεργασία από το […] με […] ανανέωση της συνεργασίας. Σύμφωνα με τη Μύθος *«όλα αυτά τα χρόνια τα προϊόντα μας συνυπήρχαν με τα αντίστοιχα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ»*.

831 Η καταγγέλλουσα μάλιστα επισύναψε το συμφωνητικό του τελευταίου έτους συνεργασίας της με τη […][951],[…].

832 Σύμφωνα με όσα καταγγέλλει η Μύθος Ζυθοποιία το 2012, ενώ βρισκόταν σε διαπραγματεύσεις για την ανανέωση της συνεργασίας που έληγε στις […].2012 για ένα ακόμη έτος, πληροφορήθηκε από το συγκεκριμένο πελάτη ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία *«του έκανε πρόταση, την οποία και αποδέχθηκε, να του χορηγήσει* […]*% έκπτωση στα υπόλοιπα προϊόντα της καθώς και* […] *για κατασκευή* […]*, δηλαδή προσέφερε σαφώς μεγαλύτερο ποσό παροχών για να αποκτήσει πλέον αποκλειστικότητα στο συγκεκριμένο κατάστημα»*.

833 Αντίστοιχη αναφορά για τα ως άνω καταστήματα κάνει και έτερη ανταγωνίστρια της καθ' ης, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, η οποία επισημαίνει[952]: *«[ό]ταν προσεγγίστηκε από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης τον Φεβρουάριο του 2013, ο υπεύθυνος της* […] *στην Αθήνα, απέρριψε κατηγορηματικά οποιαδήποτε προσφορά, δηλώνοντας ότι έχει συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία*[953] *[…] Η* […] *στην Αθήνα δήλωσε ότι δεν μπορεί να αγοράσει προϊόντα από την Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ή οποιοδήποτε άλλον παραγωγό, διότι έχει μαζί με* […] *τα οποία ανήκουν στον ίδιο ιδιοκτήτη*

[947]Βλ. ανωτέρω αναλυτικά και υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.7.12 υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιία.
[948]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.
[949]Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει ως διεύθυνση για την εν λόγω επιχείρηση την οδό […].
[950]Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει ως διεύθυνση για την εν λόγω επιχείρηση την οδό […].
[951][…].
[952]Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.
[953]Η εταιρία επισύναψε το σχετικό δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο αναφέρεται στο συγκεκριμένο κατάστημα, φέρει ημερομηνία 22.02.2013 και υπογράφεται από το […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […]. Στο πεδίο «ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΑΝΤΟΣ» καταγράφεται: *«Την Παρασκευή 22-2-13 επισκεφτήκαμε το* […]*. Μιλήσαμε με τον υπεύθυνο του μαγαζιού* […] *ο οποίος είπε κατηγορηματικά ότι έχει συμφωνία με την Αθηναϊκή και δεν ενδιαφέρεται για κάποια ενημέρωση από την εταιρεία μας»*.

[…]*) μία συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αντάλλαγμα εκπτώσεις, μετρητά και διαφημιστικό υλικό (σουπλά, ποτήρια, καταλόγους κτλ). Το " […]" συμπλήρωσε ότι αν και η συμφωνία αυτή λήγει το Μάιο/Ιούνιο του 2013, πάλι θα είναι δύσκολο να αγοράσει προϊόντα από άλλους κατασκευαστές εκτός της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, λόγω της μακροχρόνιας συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*[954].

834 Στην δε από 28.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων της καταγγέλλουσας, Μύθος Ζυθοποιία με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε αντίγραφα καρτέλας πελάτη για το διάστημα 1.1.2013-31.12.2013 από την προμηθεύτρια χονδρεμπορική επιχείρηση « […]» για τα τελικά σημεία […] και […] από τα οποία προκύπτει όντως ότι έχουν κινηθεί αποκλειστικά ποσότητες προϊόντων της καταγγελλόμενης.

835 Περαιτέρω, αντίστοιχα καταγγέλλονται από τη Μύθος Ζυθοποιία για τα τελικά σημεία «[…]» (τελικό σημείο […]), « […]» (εστιατόριο στη […]), « […]» (καφετέρια – μπαρ στην […]).

836 Κατάστημα […] στ[…] ιδιοκτησίας […]

837 Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται στην περίπτωση του καταστήματος […][955] ως «[ά]λλη μία χαρακτηριστική περίπτωση που η Αθηναϊκή Ζυθοποιία "επενδύει" υπέρογκα ποσά για να αποσπάσει πετυχημένες συνεργασίες και για να αποκλείσει την Εταιρία μας».

838 Αναλυτικότερα, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα: «[μ]ε το συγκεκριμένο κατάστημα που βρίσκεται στην οδό […] στ[…] συνεργαζόμαστε από τον […]2009 έως τον […] 2012 […] με παροχές έκπτωση […]% επί των αγορών του (συνολικός τζίρος) ενώ καταβάλλαμε ποσό […] για την κατασκευή τιμοκαταλόγων […] Επιπρόσθετα κατά τη διάρκεια της συμφωνίας δώσαμε […] για την κατασκευή τέντας καθώς και […] συμμετοχή σε αφίσες και φυλλάδια. […] Μόλις […] και ενώ συζητούσαμε για την ανανέωση της συνεργασίας μας ενημερωθήκαμε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία του έκανε πρόταση την οποία και αποδέχτηκε η οποία περιελάμβανε, […].

839 […] εστιατόριο στη […] ιδιοκτησίας τ[…].

840 Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει το 2013[956]: «η πρόσφατη ανάπτυξη της Εταιρίας μας και η σταδιακή κατάκτηση μεριδίου στο τμήμα της αγοράς της βαρελίσιας μπύρας (draught) όπου η Εταιρία μας σε συνεργασία με τον Όμιλο Carlsberg έχει λανσάρει μια επαναστατική τεχνολογική μέθοδο και

---

[954] Παρομοίως, η εταιρία επισύναψε το σχετικό δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο φέρει ημερομηνία 19.03.2013 και υπογράφεται από το […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […]. Στο πεδίο «ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΑΝΤΟΣ» καταγράφονται οι ακόλουθες αναφορές εκ μέρους του υπεύθυνου του καταστήματος, […]: *«"ΕΠΕΙΔΗ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΑΣΤΕ ΜΕ ΑΛΛΗ ΕΤΑΙΡΙΑ, ΔΕΝ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΠΑΡΟΥΜΕ ΑΠΟ ΚΑΜΙΑ ΑΛΛΗ." "ΕΧΟΥΜΕ ΕΤΗΣΙΟ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ΜΕ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ (ΛΗΓΕΙ ΜΑΪΟ-ΙΟΥΝΙΟ) ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΠΑΛΙ ΔΥΣΚΟΛΟ ΝΑ ΠΑΡΟΥΜΕ ΑΠΟ ΕΣΑΣ Ή ΑΠΟ ΑΛΛΟΥΣ. ΕΧΟΥΜΕ ΠΟΛΥΕΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ." "Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΑΣ ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ: ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ, ΜΕΤΡΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ (SOUPLATS, ΠΟΤΗΡΙΑ, ΚΑΤΑΛΟΓΟΥΣ)." "ΤΟ ΚΟΜΜΑΤΙ ΤΩΝ ΜΕΤΡΗΤΩΝ ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΣΑΣ ΤΟ ΠΩ ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΙ ΠΟΥ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΑ ΜΟΙΡΑΖΕΤΑΙ ΣΕ* […]*ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ.* […]. *ΤΑ ΜΕΤΡΗΤΑ ΜΑΣ ΤΑ ΔΙΝΕΙ Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΚΑΙ ΜΕ ΤΡΟΠΟ ΠΟΥ ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΩ ΜΟΙΡΑΖΟΝΤΑΙ ΣΤΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ"».*

[955] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.

[956] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6012/29.07.13 υποβολή στοιχείων.

εξοπλισμό προστατευόμενα με δίπλωμα ευρεσιτεχνίας με αποτέλεσμα να παίζει πλέον ένα πολύ σημαντικό ρόλο στο συγκεκριμένο κομμάτι της αγοράς. Η επιτυχημένη πορεία της Εταιρίας μας στο συγκεκριμένο τμήμα έχει προφανώς θορυβήσει την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία πλέον "αντεπιτίθεται" με προσφορές χρημάτων και άλλων ωφελημάτων στα καταστήματα/τελικά σημεία που εμείς προμηθεύουμε με βαρέλια μπύρας παραγωγής μας. Δύο χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η περίπτωση του καταστήματος /εστιατορίου […] ετήσιας δυναμικότητας κατανάλωσης μπύρας […] κιβωτίων με το οποίο έχουμε αναπτύξει συνεργασία το οποίο επισκέφτηκε πωλητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με το όνομα […] και πρόσφερε για αποκλειστική συνεργασία τα ακόλουθα». Η καταγγέλλουσα παραθέτει χειρόγραφο σημείωμα που φαίνεται να έχει συντάξει ο εν λόγω πωλητής στο οποίο καταγράφεται: […][957].

[…] καφετέρια – μπαρ στην Αθήνα ιδιοκτησίας τ[…].

841 Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει ως παράδειγμα[958] την περίπτωση της καφετέριας –μπαρ […] που επίσης διαθέτει τα προϊόντα της, και η οποία δέχθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμπορική πρόταση συνεργασίας με στόχο να εκτοπίσει τα προϊόντα του ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, στην έγγραφη πρόταση συνεργασίας με τίτλο […] που έχει προσκομίσει η καταγγέλλουσα καταγράφεται: «*ΣΤΟΧΟΣ: Ο στόχος είναι να πάρουμε όλη την κατανάλωση που ήδη υπάρχει με Heineken και να αυξήσουμε την κατανάλωση συνολικά με τις άλλες 2 μπίρες [ΣτΣ: Erdinger και Amstel Pils]»*. Στη συνέχεια καταγράφονται παροχές […].

842 Μπαρ στ[…] ιδιοκτησίας τ[…] και […] ιδιοκτησίας […]

843 Σύμφωνα με την καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιία, το κατάστημα […], ενώ δούλευε και προωθούσε τα προϊόντα της, πήρε το 2006 €[…] για αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και διέκοψε τη συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία. *Ειδικότερα, ο* υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεσή του την οποία προσκόμισε η εν λόγω εταιρία στη Ε.Α.[959] αναφέρει ότι[960]: *«[ο] επιχειρηματίας* […] *που διατηρεί στη* […] *BAR με την ονομασία* […] *ενώ δούλευε και προωθούσε τα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και ειδικότερα τη ΜΥΘΟ πήρε την άνοιξη 2006,*

---

[957]Οι εν λόγω παροχές εμφανίζονται καταγεγραμμένες σε πρόχειρο σημείωμα του πωλητή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας φωτογραφία του οποίου επισύναψε στη σχετική υποβολή στοιχείων η Μύθος Ζυθοποιία.

[958]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6012/29.07.13 υποβολή στοιχείων και πρακτικά της 17ης συνεδρίασης της 24.03.2014 - μαρτυρία […].

[959]Σε έτερη κατάθεσή του (υπ' αρ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων) ο υπάλληλος της καταγγέλλουσας αναφέρεται επίσης σε […] στ[…] ιδιοκτησίας […] – περίπτωση στην οποία ο επιχειρηματίας σταμάτησε τη συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία *«αφού η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ του αγόρασε καθίσματα προκειμένου να βγάλει το ΜΥΘΟ και να τοποθετήσει αποκλειστικά τα προϊόντα της»*. Η Μύθος Ζυθοποιία τοποθετεί χρονικά το εν λόγω περιστατικό στον Απρίλιο του 2006 (βλ. σχετ. συνημμένο έγγραφο στην υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία). Επίσης, καταθέτει την περίπτωση εστιατορίου στ[…] ιδιοκτησίας του […] και ειδικότερα ότι ο επιχειρηματίας «δέχθηκε το 2006 την προσφορά της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ […] με αντάλλαγμα να σταματήσει να συνεργάζεται με τη ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και να δουλεύει αποκλειστικά με τα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ».

[960]Υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[…]€ για αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και όπως δήλωσε στην […] για αυτό το λόγο δεν θα συνεργάζεται με τα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ».

844 Σύμφωνα με στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η εν λόγω επιχείρηση έχει λάβει συνολικά ποσά αξίας […] το 2005 (εκ των οποίων […] αφορούν σε [...]), […] το 2006 (με αντίστοιχη αξία δωρεάν διάθεσης διαφημιστικού υλικού ίση με […]) και […] το 2007[961].

845 Επιπλέον, ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], αναφέρεται στην ένορκη κατάθεσή του[962] και στο μπαρ με την ονομασία […] ιδιοκτησίας […] στο οποίο *«είχε τοποθετηθεί ψύκτης ΜΥΘΟΣ και το 2005 έκανε 140 βαρέλια»*. Σύμφωνα, όμως, με όσα επισημαίνει το στέλεχος της Μύθος Ζυθοποιίας, η εν λόγω επιχείρηση *«[τ]ο 2006 πήρε […]€ από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για να βγάλει το ΜΥΘΟ και να δουλέψει αποκλειστικά τα προϊόντα της το οποίο και έγινε»*[963]. Τα ποσά που εμφανίζεται να έλαβε η εν λόγω επιχείρηση είναι […] για το 2006 και […] για το 2007.

846 Επομένως, για τα καταστήματα « […]» και « […]» (μπαρ στη […]), η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι έλαβαν την ίδια (2006) ή/και την επόμενη (2007) χρονιά που καταγγέλλεται ότι διέκοψαν τη διάθεση των προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιία […] το 2006 και […] το 2007 […] και […] το 2007 το « […]».

847 Άλλες περιπτώσεις τις οποίες καταγγέλλει η Μύθος Ζυθοποιία και στις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είτε καταβάλλει υπέρογκα ποσά είτε προσφέρει ευνοϊκότατους και δελεαστικούς όρους πωλήσεων ή άλλες έμμεσες παροχές (π.χ. κατασκευή τεντών, κάλυψη κόστους εκτύπωσης τιμοκαταλόγων κ.λπ.) είτε συνδυασμό αυτών υπό την προϋπόθεση τα λαμβάνοντα τις παροχές καταστήματα να διακόψουν τη συνεργασία με ανταγωνίστριες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επιχειρήσεις[964] είναι οι εξής:

[…] **καφετέρια - εστιατόριο στ**[…] **ιδιοκτησίας της** […]

848 Το κατάστημα « […]» (καφετέρια στην […])[965],[…], ενώ διαθέτει από το 2005 μέχρι τουλάχιστον το 2010 σχεδόν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 - 2007, καταβλήθηκαν από την καθ’ ης στην εν λόγω επιχείρηση πολύ υψηλά ποσά και συγκεκριμένα: α) για το

[961] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […] (λογαριασμός […]) και ποσό αξίας […] στον πελάτη με την επωνυμία […] (λογαριασμός […]), β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […] (λογαριασμός […]) και ποσό αξίας […] στον πελάτη με την επωνυμία […] (λογαριασμός […]) και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […] (λογαριασμός […]).

[962] Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[963] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται ποσά τα οποία αντιστοιχούν στον πελάτη με την επωνυμία […]. Σύμφωνα με τα εν λόγω οικονομικά στοιχεία της καθ’ ης προκύπτουν τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) και β) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (ίδιος λογαριασμός) και […] (λογαριασμός […]).

[964] Βλ. ανωτέρω αναλυτικά και υπ’ αριθ. πρωτ. 6169/30.7.12 υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιία.

[965] Βλ. Παράρτημα 1, Πίνακα 14.

έτος 2005, […], ποσά αξίας […] β) για το έτος 2006, ποσά αξίας […] και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […].

849 Σημειώνεται ότι σε σχέση με το εν λόγω κατάστημα (όπως και για τα τελικά σημεία « […]» και « […]» στην […], « […]» στην […], « […]» και « […]» στην […]), η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία που υπέβαλε το 2006 επεσήμανε ότι *«δουλεύουν αποκλειστικά Αθηναϊκή Ζυθοποιία με χρηματικό ποσό ή είναι εμπορική παροχή ως αντάλλαγμα της μη συνεργασίας με τη "Μύθος Ζυθοποιία"»*.

Ειδικότερα:

850 Ο […] της επιχείρησης […] η οποία διατηρεί το κατάστημα […], δήλωσε, στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας που διεξήγαγαν το 2010 στελέχη της Ε.Α., αναφορικά με τις μπίρες που διακινεί το κατάστημα: […].

851 Εκ των ανωτέρω προκύπτει ότι το κατάστημα διαθέτει σχεδόν αποκλειστικά (σε ποσοστό ανώτερο του [85-95]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ο […] δήλωσε ότι υπάρχει μεν συμφωνία με βάση την οποία καθορίζονται οι χορηγούμενες από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία παροχές αλλά *«όχι αποκλειστικής διάθεσης»*. Σε σχέση με τις εν λόγω παροχές αναφέρει: […]. Ωστόσο, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, προκύπτει ότι καταβλήθηκαν από την καθ' ης στην εν λόγω επιχείρηση πολύ υψηλότερα ποσά και συγκεκριμένα: α) για το έτος 2005, ποσά αξίας […], και […] β) για το έτος 2006, ποσά αξίας […], και […] και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] και ποσό αξίας […][966].Για τα επόμενα έτη δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία.

852 Επίσης, η Μύθος καταγγέλλει επιθετικές προσφορές υπέρογκων οικονομικών ανταλλαγμάτων από την καθ' ης προς διάφορα τελικά σημεία με αποκλειστικό σκοπό τη διακοπή των μέχρι τότε υφιστάμενων σχέσεών τους με την εταιρία Μύθος Ζυθοποιία ή εν γένει για τον αποκλεισμό της μπίρας Μύθος με προτροπή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Αυτές οι αναφορές γίνονται από την καταγγέλλουσα σε σχέση με τα καταστήματα « […]» (εστιατόριο στη […]), όπου επισημαίνεται ο αποκλεισμός ειδικά της μπίρας Μύθος βάσει οικονομικής αντιπαροχής εκ μέρους της καθ' ης, « […]» (μπαρ στη […]), « […]» (κέντρο διασκέδασης στην Αθήνα – το οποίο μάλιστα διατηρούσε αποκλειστική συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία μέχρι το Μάιο του 2007 […] κατά την περίοδο […] 2006 – […] 2007 ενώ, κατά την καταγγέλλουσα, το 2007 ο εκπρόσωπος του καταστήματος δήλωσε ότι έχει ήδη δεσμευτεί με […] συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία έναντι ετήσιας παροχής […] - με την προϋπόθεση αποκλεισμού των προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας), « […]» (εστιατόριο στην […]), « […]» (μπαρ στην […]), για το οποίο η έρευνα της Υπηρεσίας έδειξε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέβαλε […] ως « […]» το 2007, ήτοι τη χρονιά που καταγγέλλεται ότι διέκοψε τη συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία.

---

[966]Ειδικότερα, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […], ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον […], ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […] και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […] αντιστοιχεί στον πελάτη […], ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) και ποσό […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη […].

Ειδικότερα:

[…] εστιατόριο στ[…] ιδιοκτησίας […]

853 Σε «δελτίο καταγραφής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς» συνταχθέν από τον υπάλληλο της Μύθος Ζυθοποιία […], το οποίο υπέβαλε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα το 2008[967], καταγράφεται για το εστιατόριο […], ιδιοκτησίας της […]: *«ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ Α.Ζ.»*. Περαιτέρω, σε αντίστοιχο πεδίο που φέρει τον τίτλο *«ΠΙΕΣΕΙΣ/ΥΠΟΣΧΕΣΕΙΣ»* υπό την ενότητα *«ΜΟΡΦΕΣ/ΕΝΔΕΙΞΕΙΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΗΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ»* […] επισημαίνει «ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΣ ΜΥΘΟΣ», ενώ στο αντίστοιχο πεδίο *«ΑΛΛΕΣ ΜΟΡΦΕΣ»* αναφέρει *«ΧΩΡΙΣ ΝΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΜΕ ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΟ ΠΩΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ Η ΠΑΡΟΧΗ ΚΑΤΑ ΟΜΟΛΟΓΙΑ ΤΟΥ* […]*, ΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΞΕΠΕΡΝΑ ΤΟ 50%»*.

[…] μπαρ στ[…]

854 Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεσή του που υπέβαλε στην Ε.Α. η εν λόγω εταιρία[968], ανέφερε ότι ενώ το μπαρ με την ονομασία […] το 2006 είχε αποκλειστική συνεργασία με τη δεσπόζουσα Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η Μύθος Ζυθοποιία κατόρθωσε το 2007 να συνάψει συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της στο εν λόγω κατάστημα με *«παροχή/έκπτωση* […]*%»*. Κατόπιν όμως, όπως διευκρινίζει ο […], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία *«προχώρησε αμέσως σε πλειοδοσία με παροχή που άγγιζε το* […]*% του τζίρου του καταστήματος και συγκεκριμένα παροχής* […]*% επί τζίρου και για κάθε αγορά* […] *με αποτέλεσμα να σταματήσει η συνεργασία του καταστήματος με την Εταιρία μας»*. Περαιτέρω, ο μάρτυρας επισημαίνει ότι: *«[ε]πειδή θέλαμε να διατηρήσουμε ίσους όρους μεταξύ των συνεργατών μας στην περιοχή δεν προχωρήσαμε σε περαιτέρω πλειοδοσία, είμαστε όμως σχεδόν σίγουροι ότι και σε αυτήν την περίπτωση η ΑΘΗΝΑΪΚΗ θα επανερχόταν με νέα υψηλότερη παροχή»*[969].

[…] κέντρο διασκεδάσεως στην Αθήνα

855 Στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της καταγγέλλουσας, […][970], επισημαίνεται ότι το κέντρο διασκέδασης […] στην Αθήνα διατηρούσε αποκλειστική συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία μέχρι το Μάιο του 2007, έναντι συνολικής χρηματικής παροχής ύψους €[…] για τις παρεχόμενες υπηρεσίες προώθησης και προβολής κατά την περίοδο […] 2006 – […] 2007. Όπως αναφέρει ο καταθέτων το 2007: *«[κ]ατά τις πρόσφατες συνομιλίες με τον φορέα του καταστήματος κ.* […] *σχετικά με την ανανέωση*

---

[967] Το εν λόγω δελτίο επισύναψε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[968] Υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] που κατέθεσε με την ιδιότητα του Προϊσταμένου Πωλήσεων […], ενώπιον της συμβολαιογράφου […], στο γραφείο της στις 03.10.2007. Την εν λόγω κατάθεση προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[969] Περαιτέρω σημειώνεται ότι ο […] στην ένορκη κατάθεσή του αναφέρεται και στην περίπτωση του καταστήματος […] επισημαίνοντας τα ακόλουθα: *«σε συζήτηση που είχαμε με τον ιδιοκτήτη* […] *στην αρχή αυτής της χρονιάς μας προτάθηκε στην περίπτωση που η Εταιρία ήταν διατεθειμένη του δώσει για τη μπύρα ΜΥΘΟΣ την ίδια τιμή που μέχρι τότε αγόραζε την Άλφα (αποκλειστικά) αυτός θα ήθελε να δουλέψει μαζί μας λόγω και της ζήτησης του προϊόντος σε ένα καθαρά τουριστικό κατάστημα. Η προσφορά που δόθηκε αφορούσε παροχή για αγορά* […] *και σε περίπτωση επίτευξης ετήσιου στόχου* […] *κιβωτίων επιπλέον έκπτωση/παροχή ύψους* […]*%, που οδηγούσε σε τιμή είναι ανταγωνιστική στην Άλφα. Τελικά για λόγους που δεν διευκρίνισε ο πελάτης συνέχισε να δουλεύει Άλφα»*.

[970] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1025 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

της συνεργασίας μας, μας ανακοινώθηκε ότι έχει ήδη δεσμευτεί με […] *συμφωνία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ έναντι ετήσιας παροχής* […]*€ πάντοτε όμως με την προϋπόθεση του αποκλεισμού των δικών μας προϊόντων»*.

856 Το στέλεχος της Μύθος Ζυθοποιίας αναφέρει επίσης για τις πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα ακόλουθα: «[μ]ία από τις πλέον διαδομένες μεθόδους στρέβλωσης του ανταγωνισμού που ακολουθεί η ΑΘΗΝΑΪΚΗ είναι αυτή των δεσμευτικών συμφωνιών αποκλειστικότητας αλλά και των "επιθετικών" προσφορών υπέρογκων οικονομικών ανταλλαγμάτων προς διάφορα τελικά σημεία με αποκλειστικό σκοπό τη διακοπή των μέχρι τότε υφιστάμενων σχέσεών τους με την εταιρία μας και την ένταξή τους στη σφαίρα επιρροής της. […] Με τις εν λόγω μεθοδεύσεις και τακτικές της η ΑΘΗΝΑΪΚΗ επιτυγχάνει αφενός τη δέσμευση των σημείων τα οποία επιδιώκουν να μην απολέσουν τις προσδοκώμενες παροχές και έτσι να αποκλείσουν κάθε πιθανότητα προμήθειας προϊόντων του ανταγωνισμού και τον υπερβολικό δελεασμό των επιχειρηματιών για την σύναψη συμβάσεων αποκλειστικότητας μαζί της αφετέρου τον εξαναγκασμό των ανταγωνιστών της και της εταιρίας μας να προβαίνει ενόψει του κινδύνου απώλειας συνεργατών σε μία διαδικασία "πλειοδοσίας" με άνισους όρους ειδικά εάν ληφθούν υπ' όψιν και συγκριθούν τα οικονομικά μεγέθη των δύο ανταγωνιστών»[971].

[…] εστιατόριο στ[…] ιδιοκτησίας […]

857 Σύμφωνα με την ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας […][972], την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα, σε συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στις […].2007 ανάμεσα στον υπεύθυνο πωλήσεων της Μύθος, […], και τον […] του εστιατορίου […], ο τελευταίος ανέφερε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία *«του πρότεινε να του κατασκευάσει τους τιμοκαταλόγους και ότι θα του δώσουν παροχή* […] *εάν σταματήσει να έχει στο κατάστημά του Μύθο. Σήμερα το κατάστημα έχει αποκλειστικά προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ»*.

858 Το 2010, ο […], στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α., δήλωσε ότι το κατάστημα διαθέτει πλέον αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[973]. Περαιτέρω, διευκρίνισε ότι το 2006 περίπου σταμάτησε να προμηθεύεται το σήμα «Μύθος», που ήταν και το μόνο εκ των σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας που διέθετε το κατάστημα από την αρχή της λειτουργίας του, *«* […]*»*.

859 Ως προς τους όρους συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο […] ανέφερε ότι δεν υπάρχει έγγραφη συμφωνία ούτε ρητός όρος αποκλειστικότητας στη συνεργασία του με την εν λόγω εταιρία ζύθου. Σχετικά δε με τις συμφωνηθείσες εκπτώσεις, επιβεβαίωσε τα λεγόμενα της Μύθος αναφορικά με τις κιβωτιακές παροχές […][974].

---

[971] Τα ίδια αναφέρει για το εν λόγω κατάστημα στην υπ' αριθ. 1026 ένορκη κατάθεσή του και ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], ο οποίος κατέθεσε με την ιδιότητα του Διευθυντή Πωλήσεων Περιφέρειας […], ενώπιον της […], στο γραφείο της στις 21.09.2007. Την εν λόγω κατάθεση προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[972] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[973] Ο επιχειρηματίας δήλωσε ότι: *«Από το 2004 έως σήμερα προμηθεύομαι προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και συγκεκριμένα* […]*. Σήμερα δεν προμηθεύομαι από άλλη ζυθοποιία»*.

[974] Συγκεκριμένα, […] αναφέρει: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας δίνει κιβωτιακές παροχές* […]*»*.

860 Σχετικά με τις λοιπές παροχές που λαμβάνει από την εταιρία δηλώνει ότι: «από το 2005, οπότε και άρχισα να προμηθεύομαι Alfa, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μου κάλυπτε το κόστος […]»[975].

[…] **μπαρ στ**[…]

861 Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], στην ένορκη κατάθεσή του[976]της […].2007 που προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από την εν λόγω εταιρία, αναφέρεται στην περίπτωση του μπαρ […] στ[…] το οποίο δεν συνέχισε την προμήθεια προϊόντων ζύθου της συγκεκριμένης εταιρίας λόγω αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, ο […] στην κατάθεσή του αναφέρει: *«στην περίπτωση του bar με την ονομασία* […] *στην* […] *όπως πρόσφατα ενημερωθήκαμε από τον φορέα του κ.* […] *αποφασίσθηκε η μη συνέχιση της ήδη* […] *συνεργασίας μας καθώς μας ανακοινώθηκε ότι ήλθε σε συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ η οποία μάλιστα φέρεται να προκατέβαλε με μετρητά μεγάλο μέρος της παροχής που συμφωνήθηκε και η οποία προφανώς υπερέβαινε τη μέχρι σήμερα δική μας* [ΣτΣ: ενν. της Μύθος Ζυθοποιίας] *που έφτανε σε ποσοστό* […]*% του ετήσιου τζίρου του καταστήματος»*[977]. Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, χορηγήθηκε από αυτήν στην επιχείρηση […] για το έτος 2007 ποσό αξίας […] (λογαριασμός « […]») και […] (λογαριασμός « […]»).

[…] εστιατόριο στ[…] της […]

862 Σε ηλεκτρονικό μήνυμα της […].2007, που υπέβαλε η Μύθος Ζυθοποιία στην ΕΑ, με αποστολέα τον πωλητή της Μύθος Ζυθοποιίας, […], και παραλήπτες προϊσταμένους του[978], το εν λόγω στέλεχος ενημερώνει τους τελευταίους σχετικά με την περίπτωση του καταστήματος […] στ[…], οι ιδιοκτήτες του οποίου τον ειδοποίησαν για τον τερματισμό της συνεργασίας τους με τη Μύθος Ζυθοποιία καθότι σύναψαν […] συμφωνία αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[979]. Όπως αναφέρει ο […] *«[σ]τη συγκεκριμένη απόφαση κατέληξαν οι ιδιοκτήτες, έπειτα από πρόταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να τους χορηγήσει δωρεάν ψυγεία, τιμοκαταλόγους, επιπλέον έκπτωση επί τιμολογίου αλλά και να τους καταβάλει χρήματα με τη μορφή πιστωτικού τιμολογίου στο τέλος της συμφωνίας, ανάλογα με τις καταναλώσεις του σημείου»*, ενώ επισημαίνει ότι *«[ο] ιδιοκτήτης του μαγαζιού μου δήλωσε ρητά ότι η -*[…] *διάρκειας- συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναφέρει ότι το*

---

[975]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά μόνο για το έτος 2007: ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […] και ποσό αξίας […] ([…]) που αντιστοιχεί στον ίδιο πελάτη.

[976]Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1026 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[977]Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται να αντιστοιχούν στον πελάτη με την επωνυμία […] τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) και β) για το έτος 2007 ποσό αξίας […] (ίδιος λογαριασμός) και […] (λογαριασμός […]).

[978]Το εν λόγω ηλεκτρονικό μήνυμα είναι συνημμένο στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[979]Συγκεκριμένα ο […] αναφέρει: *«[ή]θελα να σας ενημερώσω ότι κατά την επίσκεψή μου στο μαγαζί* […] *στην πλατεία* […]*, με επωνυμία* […] *την […] Νοεμβρίου, ο ένας εκ των ιδιοκτητών του με ενημέρωσε ότι από την 1/1/2008 το μαγαζί θα δουλεύει αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (Α.Ζ.) με αποτέλεσμα να σταματήσει να προμηθεύεται μπύρα Kaiser, παρά το γεγονός ότι η ζήτησή της από τους πελάτες του παραμένει υψηλή»*.

σημείο θα διαθέτει κατ' αποκλειστικότητα προϊόντα αυτής και για το λόγο αυτό αναγκαστικά θα σταματήσει όλες τις υπόλοιπες μπύρες που εμπορεύεται μέχρι σήμερα».

863 Στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που η Ε.Α. πραγματοποίησε στη συγκεκριμένη επιχείρηση κατά το 2010, ο […] του καταστήματος, […], δήλωσε ότι το κατάστημα προμηθεύεται μέσω χονδρεμπόρου τα εμπορικά σήματα Amstel, Heineken, Fischer, Μύθος και Kaiser από τον Ιούλιο του 2006, όταν ξεκίνησε δηλαδή να λειτουργεί υπό την παρούσα διεύθυνση και συμπλήρωσε: *«[σ]το παρελθόν είχαμε δοκιμάσει την Alfa και την Krombacher, οι οποίες δεν πούλησαν και τις σταματήσαμε».*

864 Σχετικά με τις παροχές που λαμβάνει από την τελευταία, […] δήλωσε: «[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω τζίρου μου έδωσε πέρυσι, για τη χρήση του 2008, […]€ σε χρήματα, όχι σε […]. Το ποσό αυτό είτε θα μου δινόταν σε ρευστό, αν μπορούσα να εκδώσω δελτίο παροχής υπηρεσιών, είτε με αυτό η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα μου κάλυπτε κάποια δαπάνη. Επειδή εγώ δεν μπορούσα να εκδώσω δελτίο παροχής υπηρεσιών, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μου κάλυψε το κόστος εκτύπωσης νέων τιμοκαταλόγων οι οποίοι ήταν σηματοποιημένοι […]. Επίσης η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μου έχει παραχωρήσει με χρησιδάνειο […] ψυγεία με τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»[980].

Αναφορές της […]

865 Τις ίδιες πρακτικές επισημαίνει και […] που καταγγέλλει περιπτώσεις καταστημάτων στα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε δελεαστικές παροχές, επιτυγχάνοντας είτε τη διακοπή υφιστάμενης συνεργασίας με την […] είτε την απόρριψη προτάσεων συνεργασίας που είχαν υποβληθεί από την τελευταία. Ο […][981] της εταιρίας μάλιστα υπογραμμίζει τις τακτικές απόκρυψης των καταχρηστικών της πρακτικών που επιμελώς χρησιμοποιεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και ειδικότερα το γεγονός ότι δεν συνάπτει ιδιωτικά συμφωνητικά ή δεν χορηγεί αντίγραφα τέτοιων συμφωνιών στα σημεία, ενώ αποδίδει τα συμφωνηθέντα με «πλάγιους» τρόπους όπως π.χ. με τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών ή με πιστωτικό σημείωμα από τον χονδρέμπορο που τροφοδοτεί τα καταστήματα.

866 Ο […] της […],[…][982],[…], σε ένορκη κατάθεσή του της […].2012, την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία[983], αναφέρεται στη συγκεκριμένη πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως ακολούθως: *«Μία από τις πλέον διαδεδομένες μεθόδους στρέβλωσης του ανταγωνισμού που ακολουθεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι αυτή των δεσμευτικών συμφωνιών αποκλειστικότητας, αλλά και των "επιθετικών" προσφορών υπέρογκων οικονομικών ανταλλαγμάτων προς διάφορα τελικά σημεία με αποκλειστικό σκοπό την διακοπή των μέχρι τότε υφιστάμενων σχέσεών τους με άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, όπως η εταιρία μας, και την ένταξή τους στη σφαίρα επιρροής της».*

867 Κατά τον […], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιδιώκει να αποσπάσει τελικά σημεία με διακοπή των

---

[980] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά για τα προηγούμενα έτη: α) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία […] και β) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) που αντιστοιχεί στον ίδιο πελάτη.

[981] Υπ. αριθ. 1528 ένορκη κατάθεση του […] και την οποία προσκόμισε η ΜΥΘΟΣ με την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.

[982] Όπως ήδη έχει αναφερθεί η εν λόγω εταιρία διακινεί […].

[983]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.

συμφωνιών προμήθειας σημάτων ζύθου των τελικών σημείων με ανταγωνίστριες εταιρίες. Αναλυτικότερα ο […] της […] επισημαίνει: *«[ι]διαίτερη μνεία πρέπει να γίνει στα φαινόμενα επιθετικών τακτικών "απόσπασης" τελικών σημείων που έχουν συνάψει συμφωνίες προμήθειας ανταγωνιστικών προϊόντων, είτε σε βάση αποκλειστική είτε όχι, από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ειδικότερα με το δελεασμό των επιχειρηματιών/ιδιοκτητών ή εκμεταλλευτών των τελικών σημείων με την προσφορά υπέρογκων ποσών (σε σχέση με τη δυναμικότητα των εν λόγω καταστημάτων στη συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων – δηλαδή φτάνει σχεδόν να πωλεί τα προϊόντα της στο κόστος σε κάποιο κατάστημα χαμηλής κατανάλωσης μπύρας όταν προσφέρει σε αυτό χρήματα που αντιπροσωπεύουν σχεδόν ολόκληρο το καθαρό και σε άλλες φορές ακόμα και το μικτό της κέρδος)»*.

868 Ακολούθως παρατίθενται οι περιπτώσεις τις οποίες ανέφερε […] ως παραδείγματα επιχειρήσεων στις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία: *«μετήλθε αυτών των μεθόδων για να μας αποσπάσει καταστήματα με τα οποία είτε είχαμε πολύχρονη συνεργασία και έγγραφες συμβάσεις προμήθειας είτε είχαμε φτάσει στο να συνάψουμε τέτοιες συμφωνίες που εν τέλει αποτράπηκαν με την παρέμβαση και την προσφορά χρημάτων (που δεν δικαιολογούνται εμπορικά και οικονομικά) από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*.

869 Επιπλέον, ο καταθέτων τονίζει ότι: *«[σ]ε όλες τις περιπτώσεις πάντως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι πολύ προσεκτική στο να μην αφήνει πίσω της στοιχεία που θα αποδεικνύουν αυτές τις πρακτικές, αφού κατά τα φαινόμενα δεν συνάπτει ιδιωτικά συμφωνητικά, ή δεν χορηγεί αντίγραφα τέτοιων συμφωνιών στα σημεία, αλλά και επειδή αποδίδει τα συμφωνηθέντα με πλάγιους τρόπους όπως π.χ. με τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών εστίασης (δηλαδή με ένα τιμολόγιο που φαίνεται ότι κάποιοι υπάλληλοι, στελέχη ή καλεσμένοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατανάλωσαν φαγητά ή ποτά στο εκάστοτε κατάστημα) ή με πιστωτικό σημείωμα από τον χονδρέμπορο που τροφοδοτεί τα καταστήματα»*.

Ειδικότερα:

870 Τα περιστατικά τα οποία αναφέρει η […] είναι χαρακτηριστικά: για το « […]» καφετέρια-μπαρ στη Θεσσαλονίκη, καταγγέλλεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέβαλε σε μετρητά το […] 2011 περί τον μισό ετήσιο κύκλο εργασιών του καταστήματος σε μπίρες (€[…] και κατασκευή τέντας αξίας περίπου €[…]), με αποτέλεσμα το κατάστημα από […]2011 να διακόψει τη συνεργασία του με την […] και να συνεργάζεται έκτοτε αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Παρόμοια περιστατικά καταγγέλλονται για το 2011 και αναφορικά με το μπαρ « […]» στην Αθήνα, τα μπαρ « […]» και « […]» στη […] (στα οποία η εταιρία […] πρότεινε το […] του 2011 συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας προσφέροντας ποσό €[…] για την τοποθέτηση […] και κάποιες επιπλέον παροχές, ενημερώθηκε ωστόσο ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε €[…] και πρόσθετη κιβωτιακή παροχή και έτσι "έκλεισε" το κατάστημα -κατά την […] η περίπτωση αυτή αποτελεί παράδειγμα ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι έτοιμη να θυσιάσει ακόμα και μεγάλο μέρος του κέρδους της για να μην χάσει ή για να αποσπάσει από τον ανταγωνισμό ένα κατάστημα- και το μπαρ «[…]» στην Θεσσαλονίκη, καθώς και το μπαρ « […]» στη Θεσσαλονίκη (αναφέρεται ότι για το 2011 υπήρχε πρόταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για καταβολή €[…] ενώ πρόκειται για σημείο με ετήσιες αγορές […]) και το μπαρ « […]» στο […]. Τέλος, η […] αναφέρει περιπτώσεις σημείων τελικής κατανάλωσης στα οποία, ενώ υφίσταται συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία προσφέρει στο σημείο παροχές που μπορεί να αντιπροσωπεύουν το καθαρό ή ακόμα και το μικτό της κέρδος, […] συνεχίζει να πωλείται […], μπαρ « […]», « […]», καθώς και τα καταστήματα που ανήκουν […], Αθήνα).

[…] καφετέρια-μπαρ στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας της […]

871 Σύμφωνα με τον […], η εταιρία […] είχε καταφέρει να συνάψει συμφωνία συνεργασίας τον Ιανουάριο του 2011 με το συγκεκριμένο κατάστημα […] που διαχειρίζεται […] σχετικά με την προμήθεια μπίρας, κρασιού και οινοπνευματωδών ποτών. Η εταιρία συμφώνησε να καταβάλει στο κατάστημα […][984][…][985][…].

872 Αναφορικά με την πρακτική επιβολής αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ' ης, ο […] αναφέρει: «[ε]πειδή το συγκεκριμένο κατάστημα είναι σημαντικό για το χτίσιμο εικόνας στην περιοχή του, πιστεύουμε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποφάσισε τον περασμένο […] (2011) να το προσεταιριστεί και να του κάνει προσφορά για αποκλειστικότητα, όπως μας ειπώθηκε, με την καταβολή ποσού […]€ (δηλαδή ίσο με το μισό περίπου τζίρο του καταστήματος σε μπύρες) καθώς και για την κατασκευή τέντας (αξίας περίπου […]€). Αυτή η προσφορά βέβαια έπεισε τους υπεύθυνους του καταστήματος, με αποτέλεσμα από […].2011 να διακοπεί η συνεργασία μας και να βγουν οι μπύρες μας από το σημείο, που έκτοτε συνεργάζεται αποκλειστικά με προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας».

[…] μπαρ στην Αθήνα ιδιοκτησίας […]

873 Σύμφωνα με όσα καταθέτει ο […], η εταιρία […] απηύθυνε στο συγκεκριμένο κατάστημα, περί το […] του 2011, πρόταση αποκλειστικής συνεργασίας, η οποία περιελάμβανε […].

874 Ωστόσο, «[ε]νώ διαφαινόταν ότι η συμφωνία θα κλείσει με την Εταιρία μας, ενημερωθήκαμε ότι αποφάσισαν να συνεργαστούν αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία όπως μας ανέφεραν τους πρόσφερε […]€ και πρόσθετη παροχή […] στα προϊόντα της».

«[…]» και «[…]» μπαρ στ[…]

875 Επιπλέον των ανωτέρω ο […] αναφέρεται και στην περίπτωση των καταστημάτων « […]» και « […]» στ[…], στα οποία η εταιρία […] πρότεινε το […] του 2011 συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας[986] προσφέροντας, όπως διευκρινίζει: « […]»[987].

876 Σύμφωνα όμως με τον καταθέτοντα: «[σ]την πρότασή μας αυτή ενημερωθήκαμε ότι η Αθηναϊκή προσέφερε το ποσό των […]€ και πρόσθετη κιβωτιακή παροχή […] και έτσι "έκλεισε" το κατάστημα». Επιπλέον, ο […] διαπιστώνει «[η] περίπτωση αυτή αποτελεί περίτρανο παράδειγμα ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι έτοιμη να θυσιάσει ακόμα και μεγάλο μέρος του κέρδους της για να μην χάσει ή για να αποσπάσει από τον ανταγωνισμό ένα κατάστημα».

«[…]» μπαρ στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας της «[…]»

877 Αναφορικά με το συγκεκριμένο κατάστημα ο […] επισημαίνει: «[μ]ε το bar […] […] είχαμε συνεργαστεί στο παρελθόν ([…]) με παροχές ύψους […]. Το εν λόγω κατάστημα έχει ετήσια δυναμική αγορών […] κιβωτίων πλην όμως όπως μας δηλώθηκε κατά τις διερευνητικές συζητήσεις του πωλητή

---

[984] […].

[985] Κατά τον […]: *«[τ]ο συγκεκριμένο κατάστημα καταναλώνει/αγοράζει συνολικά σε μπύρες γύρω στα […] κιβώτια (με μέση αξία €[…]ανά κιβώτιο με τον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης)».*

[986] Την πρόταση έκανε ο πωλητής της […],[…], στον […] εκ μέρους του καταστήματος.

[987] Κατά τον […], *τα καταστήματα έχουν συνολική δυναμική* […] *βαρελιών και* […] *κιβωτίων κατ' έτος.*

μας κ. […], για την διαμόρφωση της προσφοράς μας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πρόσφερε για το 2011 την καταβολή ποσού […]€ καθώς και την κάλυψη του κόστους κατασκευής […] με αποτέλεσμα να αδυνατούμε να καλύψουμε αυτό και να καταλήξει το κατάστημα να συνεργάζεται αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία».

«[…]» μπαρ στην […] ιδιοκτησίας της «[…]»

878 Με το κατάστημα «[…]» στη […]η εταιρία […] συνεργάστηκε, όπως αναφέρει ο […], κατά το ετήσιο διάστημα […].2009 – […].2010 με παροχές ύψους €[…]. Ο καταθέτων επισημαίνει ωστόσο ότι: *«Στις επαφές που είχαμε μέσω του πωλητή μας κ.* […] *σχετικά με την έναρξη συνεργασίας με την Εταιρία μας για το 2011 διαπιστώσαμε ότι υπήρχε αντίστοιχη πρόταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για καταβολή* […]*€ που απέκλειε κάθε πιθανότητα δικής μας αντιπρότασης ειδικά για ένα σημείο με ετήσιες αγορές* […] *κιβωτίων»*.

«[…]» μπαρ στο […]ιδιοκτησίας […]

879 Παρόμοια είναι και η περίπτωση του μπαρ με την επωνυμία «[…]» στο […] σχετικά με το οποίο ο […] αναφέρει: «[ο] πωλητής μας […] προχώρησε […] του 2011 σε πρόταση συνεργασίας προς την […] υπεύθυνη για το […] […] ενόψει της λήξης της συνεργασίας του με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Οι ετήσιες αγορές του σημείου ανέρχονται σε […] βαρέλια και […] κιβώτια μπύρας, ενώ συνεργάζεται από πολλά έτη με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, που προσφέρει το ποσό των […]€ και με επιπλέον κιβωτιακές παροχές και χορήγηση δωρεάν βαρελιών στα πλαίσια ορισμένων event που γίνονται στο κατάστημα, καθώς και αναλαμβάνει την χορηγία καταβάλλοντας κάποια ποσά σε party του καταστήματος. Έτσι η δική μας πρόταση, που είναι σε λογικά εμπορικά επίπεδα, για καταβολή […]€ πλέον κιβωτιακών παροχών δεν είχε καμία τύχη».

Λοιπά σημεία

880 Τέλος, στην κατάθεσή του ο […] αναφέρεται σε περιπτώσεις σημείων τελικής κατανάλωσης στα οποία, ενώ υφίσταται συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η […]. Πρόκειται για τον πολυχώρο διασκέδασης « […]» ([…])[988], τα μπαρ «[…]» ([…])[989], « […]» (Αθήνα)[990], καθώς και τα

---

[988]Για την περίπτωση της εν λόγω επιχείρησης ο [...] αναφέρει: *«Ο πολυχώρος διασκέδασης [...] [...]) [...] που διαχειρίζεται ο κ. [...] και βρίσκεται στον τομέα ευθύνης του πωλητή μας κ. [...], στο οποίο μας έχει αναφερθεί ότι έχει συνολική δυναμική ετησίων αγορών [...] κιβώτια όπου η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσφέρει παροχές ύψους [...]€ πλην όμως [...]. Είναι δεδομένο πως το πολύ υψηλό, για την εταιρία μας, κόστος συνεργασίας με το εν λόγω σημείο, οφείλεται στην πολύ υψηλές παροχές που λαμβάνει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι οποίες κάνουν το σημείο ιδιαίτερα απαιτητικό ως προς τις παροχές που ζητάει από την εταιρία μας ώστε να συνεχίζει να πουλάει και [...]»*.

[989]Ο [...] αναφέρει για το συγκεκριμένο κατάστημα: *«Το μπαρ [...]) [...] που διαχειρίζεται ο κ.* […]*και βρίσκεται στον τομέα ευθύνης του πωλητή μας κ.* […]*, στο οποίο μας έχει αναφερθεί ότι έχει συνολική δυναμική ετησίων αγορών* […] *κιβώτια και* […] *βαρέλια, όπου η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσφέρει παροχές ύψους* […]*€ πλην όμως* […] *κατάφερε να έχει πωλήσεις* […] *κιβωτίων εντός του 2011. Για τις πωλήσεις αυτές όμως, και λόγω των πολύ υψηλών παροχών από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, είμαστε υποχρεωμένοι να καταβάλουμε €*[…] *κατ' έτος στο σημείο, για χορηγίες σε διάφορες αφίσες και flyers για διάφορα events τους»*.

[990]Ο καταθέτων επισημαίνει: *«Το μπαρ* […]*, ΑΘΗΝΑ) [...] που διαχειρίζεται ο κ.* […]*,, και βρίσκεται ομοίως στον τομέα ευθύνης του πωλητή μας κ.* […]*, στο οποίο μας έχει αναφερθεί ότι έχει συνολική δυναμική ετησίων αγορών* […] *κιβώτια και* […] *βαρέλια, όπου η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσφέρει παροχές ύψους* […]*€, πλην όμως* […] *κατάφερε να έχει πωλήσεις* […] *κιβωτίων εντός του 2011, λόγω καλών σχέσεων με τον ιδιοκτήτη»*.

καταστήματα που ανήκουν στον Όμιλο « […]»[991].

881 Συγκεκριμένα ως προς τον πολυχώρο διασκέδασης « *[…]*» επισημαίνεται ότι σύμφωνα με την από *[…]*.2011 σύμβαση μεταξύ της καθ' ης και της […][992],[…] διάρκειας (ισχύς […]), στην οποία υπάρχει ρήτρα μη αποκλειστικότητας συμφωνείται η προκαταβολική καταβολή αμοιβής για τη διενέργεια προωθητικών ενεργειών. Ειδικότερα, το ποσό της αμοιβής είναι €[…] για κάθε συμβατικό έτος με τη συμφωνία της τιμολόγησης των αντίστοιχων ποσών σε […] ισόποσες δόσεις κατά την […]. Συνεπώς, κατά τα ως άνω οριζόμενα, συμφωνείται η καταβολή της αμοιβής για τη διεξαγωγή προωθητικών ενεργειών να λαμβάνει χώρα σε συγκεκριμένες προκαθορισμένες ημερομηνίες, και όχι κατά την πραγματοποίηση αυτών. Όπως άλλωστε προβλέπεται στη σύμβαση δεν υπάρχει καθορισμένο πλάνο προωθητικών ενεργειών, καθώς εκείνες […].

882 Και στην τελευταία κατηγορία καταστημάτων, όπου η επιβολή αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ' ης δεν είναι πλήρης, όπως ισχυρίζεται ο καταθέτων, η [...] αναγκάζεται να χορηγεί σημαντικές και δυσβάστακτες, για τα δεδομένα του συγκεκριμένου προμηθευτή, παροχές λόγω του ότι η καθ' ης προσφέρει στο σημείο παροχές που μπορεί να αντιπροσωπεύουν το καθαρό ή ακόμα και το μικτό της κέρδος.

883 Ο […] της […] εταιρίας […], στην ένορκη κατάθεσή του[993] την οποία υπέβαλε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα αναφέρεται περαιτέρω στα ακόλουθα περιστατικά.

«[…]» καφετέρια-μπαρ στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας […]

884 Όπως αναφέρει ο […], η [...] σύναψε τον […] του 2011 ετήσια συμφωνία με το κατάστημα « […]» στη Θεσσαλονίκη για την τοποθέτηση όλων των προϊόντων μπίρας της εν λόγω εταιρίας. Σύμφωνα με τους όρους της συμφωνίας, […][994],[…].

885 Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο μάρτυρας: «[τ]ον Απρίλιο του ίδιου έτους όμως ενημερωθήκαμε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προχώρησε σε πρόταση συνεργασίας προς το κατάστημα με την προσφορά […]€ με την προϋπόθεση της διακοπής συνεργασίας με την Εταιρία μας, δηλαδή το ξήλωμα της "βρύσης" της […] και την αντικατάστασή της με Fischer και MacFarland σε βαρέλι, καθώς και αντικατάσταση των λοιπών προϊόντων μας με άλλα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας όπως Erdinger, Murphy's κλπ., το οποίο είχε ως αποτέλεσμα να αποφασίσει το κατάστημα να αντικαταστήσει σχεδόν όλα μας τα προϊόντα με προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, διατηρώντας μόνο τη […] στο κατάστημα».

---

[991]Στην κατάθεση επισημαίνεται: *«Στα καταστήματα που ανήκουν στον* […] *(διάφορες επωνυμίες και διευθύνσεις), τα οποία στο σύνολό τους διαχειρίζεται ο κ.* […], *συνεργάζονται με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία που τους παρέχει αντισταθμίσματα της τάξης των* […]*€ ετησίως και έχουν δυναμική σε αγορές μπύρας* […] *κιβώτια ετησίως,* […] *έκανε πωλήσεις* […] *κιβωτίων το 2011. Για τις πωλήσεις αυτές όμως, και λόγω των πολύ υψηλών παροχών από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, είμαστε υποχρεωμένοι να καταβάλουμε €*[…] *κατ' έτος στο σημείο, για χορηγίες σε διάφορες αφίσες και flyers για διάφορα events τους»*.

[992][…],

[993]Υπ' αριθ. 1528 ένορκη κατάθεση του […] στις 22.02.2012. Την κατάθεση επισύναψε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 υποβολή στοιχείων.

[994]Όπως αναφέρεται στην κατάθεση: *«[τ]ο συγκεκριμένο κατάστημα καταναλώνει/αγοράζει ετησίως συνολικά σε μπύρες γύρω στα* […] *βαρέλια και περίπου* […] *κιβώτια (μέση αξία €*[…] *ανά βαρέλι και €*[…] *ανά κιβώτιο, με τον Ειδικό Φόρο Κατανάλωσης)»*.

«[…]» μπαρ στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας της «[…]»

886 Αντίστοιχο περιστατικό αναφέρεται για το μπαρ […]. Τον […]του 2011 η [...] σύναψε συμφωνία προμήθειας σημάτων μπίρας διάρκειας […] – 31.05.2012 με βάση την οποία η εταιρία […][995][…].

887 Ο […] αναφέρει σχετικά με τη στάση της ανταγωνίστριας Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: «[τ]ο […] του 2011 ενημερωθήκαμε από τον ιδιοκτήτη του καταστήματος ότι τον είχαν πλησιάσει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και του είχαν προσφέρει σε αντιστάθμισμα, και με τον όρο να αντικατασταθεί η […] στο βαρέλι με Fischer, ενώ για τα λοιπά προϊόντα μας με το portfolio της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (Heineken, MacFarland, Erdinger, Murphy's και Sol), το ποσό των […]€ καθώς και πρόσθετη παροχή σε όλα τους τα προϊόντα […]. Μετά από αλλεπάλληλες επαφές, ο ιδιοκτήτης μας ενημέρωσε τον […] 2011 ότι επιθυμεί τη διακοπή της συνεργασίας με την Εταιρία μας και να ξεκινήσει συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, καθώς, όπως χαρακτηριστικά ανέφερε, δεν μπορούσε να απορρίψει μία τέτοια πρόταση».

888 Επιπλέον των ανωτέρω αναφορών, ο […] επισημαίνει την εφαρμογή της πρακτικής αποκλειστικών συνεργασιών εκ μέρους της καθ' ης, ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του ΄90. Συγκεκριμένα, το στέλεχος αναφέρει: *«στα τέλη της δεκαετίας του ΄90, είχαμε συγκεντρώσει στοιχεία για αποκλειστικές συνεργασίες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης, από τα οποία με ενέργειές της η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε αποκλείσει την πώληση* […]. *Τα στοιχεία αυτά, που ήταν αντίγραφα ιδιωτικών συμφωνητικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τα τελικά σημεία, στα οποία αναφέρονταν υπέρογκες για την εποχή παροχές σε χρήματα και όρος αποκλειστικότητας (τα έγγραφα υπάρχουν ακόμα), σκοπεύαμε να τα καταθέσουμε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, αλλά φοβούμενοι πιθανές αρνητικές συνέπειες για την εταιρεία μας, και κατόπιν συζήτησης με* […], *αποφασίσαμε να μην τα καταθέσουμε. Έκτοτε, κατά περίεργο τρόπο, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άρχισε να "επιτρέπει" σε σημεία στα οποία έκανε αποκλειστικές συνεργασίες να κάνουν "εξαίρεση" και να έχουν και* […]*»*.

Αναφορές της […]

889 Σχετικά με την πρακτική αποκλεισμού ανταγωνιστών εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που συνίσταται σε παροχές στα καταστήματα με αντάλλαγμα τη μείωση της διάθεσης ανταγωνιστικών σημάτων, ο […], αναφέρει μεταξύ άλλων στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη στην επιχείρηση το 2010: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία δίνει μεγάλες παροχές στην "ΑΛΦΑ" για να μειώνεται η κατανάλωση της "*[…]*" χωρίς όμως να εκτοπίζεται η "* […]*" από το κατάστημα»*. Περαιτέρω […] επισημαίνει: *«[σ]ε καταστήματα που δημιουργούν τάσεις, επιδιώκει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία να έχει το μεγάλο μερίδιο κατανάλωσης εκτός σαιζόν κάτι που δεν μπορεί να επιτύχει εντός σαιζόν λόγω της αυξημένης ζήτησης και της παρεπόμενης αντίστασης των σημείων να υποκύψουν σε ενδεχόμενες πιέσεις»*.

890 Σε σχέση με τις καταγγελίες αυτές των ανταγωνιστριών της ΑΖ, σχεδόν σε όσα από τα καταστήματα αυτά διενεργήθηκε έρευνα της Υπηρεσίας, διαπιστώθηκε ότι πράγματι διαθέτουν αποκλειστικά ή οιονεί αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ή επαληθεύθηκε η συνάρτηση των παροχών με αποκλειστικότητα ή οιονεί αποκλειστικότητα της καθ' ης.

---

[995]Κατά τα αναφερθέντα στην κατάθεση: *«[η] δυναμική του μαγαζιού στο προϊόν αυτό* [ΣτΣ: ενν. τη μπίρα] *ανερχόταν σε ετήσια βάση σε* […] *βαρέλια και* […] *κιβώτια (φιάλες) μπύρας»*.

Άλλες αναφορές από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις

891 Πέραν των ανωτέρω περιπτώσεων, ανταγωνίστριες της εν λόγω δεσπόζουσας εταιρίας επιχειρήσεις υπέδειξαν στην Ε.Α. τελικά σημεία τα οποία δεσμεύονται με παρόμοιες ρήτρες αποκλειστικότητας που επιβάλλονται από την καθ' ης.

α) Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας

892 Η Μύθος Ζυθοποιία, στην καταγγελία της[996], αναφέρεται στην ύπαρξη όρου αποκλειστικής διάθεσης προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο πλαίσιο της συνεργασίας της τελευταίας με καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας. Συγκεκριμένα, η εταιρία αναφέρει: *«ρήτρα αποκλειστικότητας υπάρχει και την εταιρεία* […]».

893 Το 2010, η Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιων ελέγχων που διεξήγαγε, απηύθυνε σχετικά ερωτήματα στους εκπροσώπους των ως άνω αναφερθέντων καταστημάτων, «[…]», « […]», «[…]» και « […]». Όπως προκύπτει από τις απαντήσεις που δόθηκαν στην Ε.Α., η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι ο κύριος προμηθευτής προϊόντων ζύθου στα εν λόγω καταστήματα, με εξαίρεση την περίπτωση του μπαρ «[…]».

«[…]» **καφετέρια – εστιατόριο στη** […] **ιδιοκτησίας της** «[…]»

894 Οι εκπρόσωποι του υποδεικνυόμενου από τη Μύθος Ζυθοποιία καταστήματος με την ονομασία «[…]» στην περιοχή της […], ερωτώμενοι σχετικά από τα στελέχη της Ε.Α., απάντησαν ότι η εν λόγω εταιρία αποτελεί τον κύριο προμηθευτή μπίρας του καταστήματος.

895 Συγκεκριμένα, οι […], διευκρίνισαν αναφορικά με τα σήματα ζύθου που διαθέτει το κατάστημα: […]». Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 το έτος 2007 κατέβαλε στο κατάστημα €[…][997].

896 Επίσης, οι εκπρόσωποι του καταστήματος, […] αναφέρθηκαν στην ύπαρξη κλίμακας ποσοστών εκπτώσεων με εφαρμογή επί της συνολικής ετήσιας αξίας αγορών: « […]».

Όμιλος καταστημάτων εστίασης και διασκέδασης «[…]», «[…]», «[…]» και «[…]» στ[…] ιδιοκτησίας της «[…]»

897 Η Μύθος Ζυθοποιία, στην καταγγελία της το 2006[998], επισημαίνει ότι τα ως άνω καταστήματα διέθεταν αποκλειστικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η προκαταβολική χορήγηση των παροχών και εδώ συνδέεται με την αποκλειστική διάθεση των σημάτων.

898 Για το τελικό σημείο […] προκύπτει ότι είναι διαχρονικός πελάτης της ΑΖ με προϋφιστάμενη σχέση με την καθ' ης εκ του παλαιότερου συμφωνητικού που προσκόμισε η καταγγέλλουσα κατά την ακροαματική διαδικασία (βλ. αναλυτικά κατωτέρω) το οποίο συνήφθη στις […].1999, και στο οποίο

---

[996]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.
[997]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και β) για το έτος 2007, στην ίδια επωνυμία πελάτη αντιστοιχεί ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]), ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]), καθώς και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]).
[998]Πρόκειται για την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

περιέχεται όρος (όρος Β.1) βάσει του οποίου η εταιρία « […]» -που εκπροσωπείται νόμιμα από τον […]- αναλαμβάνει την υποχρέωση *«να διαθέτει στο Κατάστημα τα προϊόντα της Αθηναϊκής σε αποκλειστική βάση, αποκλειόμενης της προμηθείας και διαθέσεως στους χώρους αυτούς οποιουδήποτε άλλου προϊόντος μπύρας σε φιάλη ή Draught» έναντι αμοιβής* […]δρχ. με προκαταβολή μέρους του ποσού.

899 Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007, η καθ' ης για το έτος 2005 κατέβαλε στο τελικό σημείο ποσό αξίας άνω των €[…], για το έτος 2006 ποσό αξίας άνω των […] και για το έτος 2007 ποσό αξίας άνω των […].

900 Εξάλλου, ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεσή του που έχει προσκομίσει η καταγγέλλουσα[999], αναφέρεται σε όμιλο καταστημάτων εστίασης και διασκέδασης που περιέχει το […]). Ο καταθέτων δηλώνει ότι κατά το […] ο επιχειρηματίας […], που διαχειρίζεται τα εν λόγω καταστήματα, απέρριψε πρόταση συνεργασίας της Μύθος Ζυθοποιίας συνιστάμενη σε *«παροχές και ανταποδόσεις της τάξεως του* […] *του ετήσιου τζίρου του»*. Όπως αναφέρει ο […]: *«[μ]ε αυτό το δεδομένο, δηλαδή με προηγούμενες παροχές της τάξεως του* […]*% του συνολικού κύκλου εργασιών του ο* […] *άφησε να εννοηθεί ότι βάση μίας συνεργασίας μακράς διάρκειας (για 3 έτη έκανε λόγο) με την Εταιρία μας θα ήταν παροχές συνολικού ύψους* […]*% τουλάχιστον του τζίρου του στη μπύρα με προκαταβολές ικανών ποσών και εκκαθάριση των παροχών κατ' έτος»*[1000]. Όπως προκύπτει με βάση όσα αναφέρει ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιία στην κατάθεσή του, τα εν λόγω καταστήματα κατά το 2007 διέθεταν προϊόντα ζύθου και νερού της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης συνεργασίας, η καθ' ης είχε καταβάλει συνολικό ποσό ύψους €[…] έναντι εκδόσεως σχετικών παραστατικών, ήτοι τιμολογίων παροχής υπηρεσιών, εκ μέρους της εταιρίας « […]», από το οποίο €[…] είχαν δοθεί προκαταβολικά κατά τον […]. Μάλιστα ο μάρτυρας αναφέρεται στο « […]».

901 Τέλος, αναφορικά με την καφετέρια « […]» ο εκπρόσωπος του καταστήματος, […] ([…]) δήλωσε στα στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε το 2010, ότι το ποσοστό των προϊόντων ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας επί του συνόλου των σημάτων μπύρας που προμηθεύεται το κατάστημα είναι της τάξεως του [75-85]%. Συγκεκριμένα, ο εκπρόσωπος του καταστήματος αναφέρει: *« […]»*[1001].

902 Για το έτερο δε τελικό σημείο του Ομίλου, « […]» (καφετέρια – μπαρ - εστιατόριο […]) το οποίο περιλαμβάνεται μεταξύ των καταστημάτων για τα οποία η Μύθος Ζυθοποιία ανέφερε στην καταγγελία της ότι διαθέτουν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και για το οποίο στην

---

[999]Υπ' αριθ. 1115 ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […], που κατέθεσε με την ιδιότητα του […] ενώπιον της συμβολαιογράφου […]. Η ένορκη κατάθεση προσκομίστηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6956/08.10.08 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων.

[1000]Ο καταθέτων συνεχίζει: «[κ]άτι τέτοιο όμως κρίθηκε ιδιαίτερα […]».

[1001]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά στον πελάτη με την επωνυμία «[…]»: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]), ποσό αξίας […] (λογαριασμός […])») και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]»), β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […] (Κέντρα Κόστους)») και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […] και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]), καθώς και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]).

ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της καταγγέλλουσας […] (την οποία η Μύθος Ζυθοποιία έχει υποβάλει στην Ε.Α.[1002]), προκύπτει ότι η δεσπόζουσα εταιρία αμείβει το κατάστημα για την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της. Συγκεκριμένα, ο καταθέτων αναφέρει: *«[σ]τις […]2007 συναντήθηκα προσωπικά με το κ.* […] *στο κατάστημα που διατηρεί στο* […] *με την επωνυμία "* […]*". Κατά τη διάρκεια της συζήτησής μας για πιθανή συνεργασία μου ανέφερε ότι μέχρι τις […]2008 δεν μπορούμε να συνεργαστούμε γιατί η Αθηναϊκή του έδωσε για τις […] € τζίρο που έκανε το 2006 στα προϊόντα της […]€ με Τ.Π.Υ. και επιπλέον […] ομπρέλες Amstel 3x3 και […]ψυγεία Amstel»*.

903 Επισημαίνεται ότι από την αυτοψία που πραγματοποίησαν στελέχη της Ε.Α. στο χώρο του καταστήματος στις 17.02.2010, προέκυψε ότι στον τιμοκατάλογο του τελευταίου περιλαμβάνονται τα εμπορικά σήματα Amstel, Heineken, Buckler, Fischer, McFarland και Erdinger της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και ένα μόνο σήμα ανταγωνίστριας εταιρίας, και συγκεκριμένα η μπίρα […].

«[…]» μπαρ στον […] ιδιοκτησίας […]

904 Η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει στην καταγγελία της ότι στο συγκεκριμένο τελικό σημείο η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε επιβάλει ρήτρα αποκλειστικότητας για το έτος 2006. Σύμφωνα με τις απαντήσεις που έδωσαν οι εκπρόσωποι του καταστήματος « […]» στα στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στο κατάστημα το 2010, προκύπτει ότι το κατάστημα ξεκίνησε να διακινεί τις μπύρες Μύθος και Kaiser το έτος 2007, καθώς όπως αναφέρουν: « […]»[1003]. Επισημαίνεται ότι, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ενώ για το έτος 2005, η καθ' ης χορηγεί στον ιδιοκτήτη του σημείου - πελάτη με την επωνυμία « […]» ποσό €[…], για το έτος 2006 του παρέχει ποσά που συνολικά ανέρχονται σε €[…] και για το έτος 2007, σε €[…][1004].

Κατάστημα ταχείας εστίασης στην Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας […]

905 Περαιτέρω, σε δελτίο καταγραφής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, το οποίο υπογράφει ο […][1005], ως […] της καταγγέλλουσας για το Νομό […], επισημαίνεται για την επιχείρηση ταχείας εστίασης (fast

---

[1002]Υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] που κατέθεσε με την ιδιότητα του […] της Μύθος Ζυθοποιίας […], ενώπιον της συμβολαιογράφου […] στο γραφείο της τελευταίας στις 16.07.2007. Την εν λόγω κατάθεση προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1003]Οι ερωτηθέντες […] […] και […] προσκόμισαν τιμοκατάλογο του καταστήματος από τον οποίο προκύπτει ότι το κατάστημα διαθέτει –το 2010- τα εμπορικά σήματα Amstel, Heineken και Strongbow της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, Μύθος, Kilkenny, Guinness και Kaiser της Μύθος Ζυθοποιίας καθώς και την μπίρα […].

[1004]Ειδικότερα, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά στον πελάτη με την επωνυμία «[…]»: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]), β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]») και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]).

[1005]Το λόγω έγγραφο επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

food) του […] στη Θεσσαλονίκη στην οποία αντιστοιχεί ετήσιος τζίρος ύψους €[…]: *«αποκλειστική συνεργασία με Αθηναϊκή Ζυθοποιία […] αποκλεισμός Μύθος ενώ εμείς πριν δεχόμασταν συνύπαρξη […] Πριν από δύο μήνες τα δύο τοποθετημένα μας βαρέλια αλλάχτηκαν με βρύσες Alfa, μετά από πίεση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να τα αλλάξει ο πελάτης (ο πελάτης επανήλθε σε Μύθος)»*[1006].

906 Σε σχέση με άλλες περιπτώσεις για τις οποίες οι ως άνω ανταγωνίστριες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχουν καταγγείλει στην Ε.Α. ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει προσφέρει παροχές με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα, από την καταγγέλλουσα αναφέρονται τα ακόλουθα περιστατικά. Κατ' αρχάς η Μύθος αναφέρεται στις περιπτώσεις των καταστημάτων « […]» (καφετέρια στην […]) και « […]» ([…] στη […]), περιπτώσεις που επαληθεύονται από την έρευνα της Υπηρεσίας. Ειδικότερα, για τις περιπτώσεις αυτές η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε μάλιστα ότι τα εν λόγω καταστήματα λάμβαναν αμοιβή για «*διαφημιστικούς σκοπούς*»[1007] η οποία υπερέβαινε ακόμη και την αξία των αγορών τους. Το « […]» συνεργαζόταν αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τα έτη […], ενώ η επιχείρηση έλαβε από την καθ' ης κατά τα έτη […] ποσοστιαία έκπτωση ύψους […] επί τιμολογίου και […] (επί της καθαρής αξίας πωλήσεων) με πιστωτικό σημείωμα και επιπλέον, αμοιβή με επίκληση διαφημιστικών σκοπών, που ανέρχεται σε ποσά ύψους […],[…] και […] Ευρώ, κατά τα ως άνω έτη αντίστοιχα. Η συγκεκριμένη εταιρία έλαβε κατά τα συγκεκριμένα έτη εξαιρετικά υψηλά ποσά εκπτώσεων (επί τιμολογίου και με πιστωτικό σημείωμα) και διαφημιστικών παροχών τα οποία εκφρασμένα ως ποσοστά επί της αντίστοιχης ετήσιας μικτής αξίας πωλήσεων φθάνουν στο ύψος του […]%,[…]% και […]%, αντίστοιχα.

907 Ακολούθως παρατίθενται οι περιπτώσεις των σημείων τελικής κατανάλωσης για τις οποίες η Μύθος Ζυθοποιία καταγγέλλει το 2006 ότι η δεσπόζουσα εταιρία έχει επιβάλει αποκλειστικότητα με αντάλλαγμα τη χορήγηση εκπτώσεων και παροχών[1008].

«[…]» καφετέρια στα […] ιδιοκτησίας «[…]»

908 Όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, η Μύθος Ζυθοποιία, στην καταγγελία που υπέβαλε το 2006, υποδεικνύει το κατάστημα «[…]» στην πόλη […] ως αποκλειστικό πελάτη των σημάτων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι χορήγησης αντιστοίχων παροχών εκ μέρους της τελευταίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, η καφετέρια « […]» στα […]διαχρονικά διαθέτει αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, βάσει προφορικών συμφωνιών, και έλαβε το έτος […] ποσό […] και το έτος […] ποσό […] για «[…]»[1009].

[1006]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία πελατών που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων), εμφανίζεται ως […].

[1007]Οι αιτιολογίες των καταβολών αναφέρονται στις αντίστοιχες ονομασίες στους λογαριασμούς της καθ' ης.

[1008]Με το ίδιο σκεπτικό υψηλόβαθμα στελέχη έτερης ανταγωνίστριας, της […] καταγγέλλουν την αδυναμία να εισέλθουν σε καταστήματα λόγω των καλύτερων παροχών «*που δίνει η Αθηναϊκή με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα*».

[1009]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […]

909 Ο εκπρόσωπος του εν λόγω καταστήματος, […], ερωτήθηκε από την Υπηρεσία σχετικά με τα σήματα ζύθου που προμηθεύεται η επιχείρηση κατά τη διάρκεια επιτόπιας έρευνας που διεξήχθη το 2010. Στο πλαίσιο των απαντήσεών του […] δήλωσε: « […]».

910 Αναφορικά δε με τις παροχές που λαμβάνει η επιχείρηση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο εκπρόσωπος του καταστήματος διευκρίνισε ότι […]. Αναλυτικότερα, ο […] αναφέρει: […]».

«[…]» καφετέρια – μπαρ στα […] ιδιοκτησίας της «[…]»

911 Μεταξύ των καταστημάτων στην περιοχή της […] που αναφέρει η Μύθος Ζυθοποιία ως παραδείγματα σημείων τελικής κατανάλωσης στα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσφέρει παροχές για την εξασφάλιση της αποκλειστικής προμήθειας των σημάτων της, είναι και η καφετέρια - μπαρ […].

912 Στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας το 2010, ο […] της καφετέριας – μπαρ στην πόλη τ[…] με την ονομασία «[…]»[1010] ανέφερε ότι το […]. Αναφορικά δε με τη χορήγηση οικονομικών ανταλλαγμάτων για την επίτευξη στόχων δηλώνει: […]. Ο […], επισημαίνει τα ακόλουθα αναφορικά με τα σήματα που διακινεί: […]. Σε άλλο σημείο των απαντήσεών του ο […] επισημαίνει: […]. Αναφορικά δε με τη χορήγηση παροχών ως αμοιβή για την αποκλειστική προτίμηση σε προϊόντα ζύθου της εταιρίας, ο […] αναγνώρισε ότι: […][1011]. *[...][1012]»*. Για το έτος 2005 προκύπτει η καταβολή σημαντικών ποσών (αναφέρονται ως έξοδα […]) από την καθ' ης προς την«[…]» και συγκεκριμένα, η καταβολή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…], ενώ β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] και γ) για το έτος 2007 ποσό αξίας […][1013].

913 Συνεπώς, εξ όσων αναφέρει ο […], προκύπτει ότι η *[...]*.

«[…]» εστιατόριο στα […] ιδιοκτησίας «[…]»

914 Επιπλέον των ανωτέρω περιπτώσεων και μεταξύ άλλων, η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της του 2006 υπέδειξε και το εστιατόριο « […]» στα […][1014] ως σημείο τελικής κατανάλωσης το οποίο προσφέρει μόνο σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με αντάλλαγμα αντίστοιχες παροχές.

915 Σε επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε κατά το 2010 στο εστιατόριο « […]», ο […] του καταστήματος, […], δήλωσε: *[...][1015]*. Επίσης ανέφερε ότι: […]. Επομένως, ο εκπρόσωπος της

(λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) καθώς και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

[1010]Ιδιοκτησίας της «[…]».

[1011]Ο […] συμπληρώνει: […].

[1012]Ο […] συμπληρώνει: […]».

[1013]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) καθώς και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) στον πελάτη «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», και γ) για το έτος 2007 ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

[1014]Ιδιοκτησίας της «[…]».

[1015]Αναφορικά με τα προϊόντα ζύθου τα οποία προμηθεύεται το κατάστημα, ο […]δήλωσε ότι: […]. Ο […] διευκρινίζει ότι: […]».

επιχείρησης παραδέχεται ότι οι συμφωνίες με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία περιελάμβαναν […]. Σχετικά με τους όρους της εμπορικής συμφωνίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τις χορηγηθείσες παροχές ανέφερε τα ακόλουθα: « […]». Για τα έτη 2006 – 2007, πάντως, προκύπτει η καταβολή σημαντικών ποσών (αναφέρονται ως έξοδα […]) από την καθ' ης προς την «[…]» (€[…] για το έτος 2006, και €[…] για το έτος 2007)[1016].

«[…]» καφετέρια στην Αθήνα ιδιοκτησίας της […] στην Αθήνα

916 Η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της το 2006[1017] αναφέρεται στο εν λόγω κατάστημα ως παράδειγμα επιχείρησης που απολαμβάνει σημαντικές εκπτώσεις και παροχές από την ΑΖ: *«[σ]την περίπτωση του café* […] *στο* […] *στην Αθήνα με ετήσιο τζίρο στα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ της τάξεως των […]€, χορηγούνται εκπτώσεις με αποστολή προϊόντων άνευ αξίας της τάξεως των […]€ και εκπτώσεις επί τιμολογίου ύψους […]% με την απαραίτητη προϋπόθεση της αποκλειστικής συνεργασίας με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ. Τα πιο πάνω ποσά που χορηγούνται ακόμα και σε περίπτωση μη επίτευξης συγκεκριμένου στόχου, η τελευταία φέρεται ότι έχει καλύψει το κόστος κατασκευής των τεντών του καταστήματος».*

917 Η καταγγέλλουσα επισημαίνει μάλιστα για το συγκεκριμένο κατάστημα: «συνέχισε να συνεργάζεται αποκλειστικά με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ όταν μετά από προσφορά μας για συνεργασία με ορισμένες επιπλέον παροχές η τελευταία αύξησε τις μέχρι τότε παροχές της». Το ίδιο αναφέρεται και σε δελτίο καταγραφής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς[1018]. Στο εν λόγω δελτίο στο οποίο επισημαίνεται η αποκλειστική σχέση συνεργασίας του καταστήματος με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, καταγράφεται: «ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΜΑΣ ΓΙΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΑΝΕΒΑΣΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΙΣΕ ΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ». Στο δελτίο αναφέρεται ως πηγή πληροφοριών ο Τοπικός Διευθυντής Πωλήσεων για το […].

918 Σημειώνεται ότι το συγκεκριμένο κατάστημα ανήκει στην εταιρία «[…]», το οποίο όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1, συνεργαζόταν αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία […].

919 Ειδικότερα, η εταιρία […] η οποία διατηρεί την καφετέρια με την επωνυμία […] προμηθευόταν κατά τα έτη 2005, 2006, 2007 προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αποκλειστική βάση (σε ποσοστό [95-100]%)[1019]. Η συγκεκριμένη εταιρία έλαβε κατά τα συγκεκριμένα έτη ποσά εκπτώσεων ([…]) και διαφημιστικών παροχών τα οποία εκφρασμένα ως ποσοστά επί της αντίστοιχης ετήσιας μικτής αξίας

[1016]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά,: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) καθώς και ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», ενώ ποσό αξίας […] (λογαριασμός […] αντιστοιχεί στον πελάτη «[…]» και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη «[…]».

[1017]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

[1018]Το εν λόγω δελτίο προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων.

[1019]Το 2008 η εταιρία έπαψε να προμηθεύεται προϊόντα ζύθου της καθ' ης.

πωλήσεων φθάνουν στο ύψος του […] και […], αντίστοιχα[1020]. Τα συγκεκριμένα ποσοστά κατατάσσονται μεταξύ των υψηλότερων συγκριτικά με τα υπόλοιπα που αντιστοιχούν στις εταιρίες – άμεσους πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που δραστηριοποιούνται στην κατηγορία καφετέριες – μπαρ.

920 Περαιτέρω και σύμφωνα με τα υποβληθέντα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία των πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1021], στην εταιρία «[…]» αντιστοιχεί μικτή […]. Σχετικά δε με τις χορηγούμενες εκπτώσεις-παροχές, η εταιρία «[…]» έλαβε κατά τα έτη 2005 – 2007 ποσοστιαία έκπτωση ύψους […]. Επιπλέον, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμφανίζεται να έχει χορηγήσει ως αμοιβή για διαφημιστικούς σκοπούς, ποσά ύψους […], κατά τα ως άνω έτη αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά το έτος 2006, η χορηγηθείσα αμοιβή για διαφημιστικούς σκοπούς υπερβαίνει την αξία των αγορών της συγκεκριμένης εταιρίας, φθάνοντας το ύψος του […]% (υπολογιζόμενη ως ποσοστό επί της μικτής αξίας πωλήσεων), ενώ το 2007 το αντίστοιχο ποσοστό είναι ίσο με […]%. Το 2005 το συγκεκριμένο ποσοστό ήταν επίσης υψηλό και ίσο με […]%. Υπενθυμίζεται ότι στα προαναφερθέντα έτη, ήτοι 2005, 2006 και 2007 υπήρξε αποκλειστική διάθεση προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο κατάστημα. […].

921 Με βάση τα περιστατικά αυτά και όσα προαναφέρθηκαν για τη στάθμιση των αποδεικτικών μέσων, η Επιτροπή κρίνει ότι η καθ' ης χορήγησε υψηλές παροχές για να παραμείνει αποκλειστική προμηθεύτρια της εν λόγω επιχείρησης, ενώ δεν κρίνονται πειστικές οι αναφορές, το 2008, του […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […] (απαντήσεις που δόθηκαν στις 21.07.2008 από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της διενέργειας επιτόπιας έρευνας της Ε.Α.) […], ούτε τα αντίστοιχα επιχειρήματα της καθ' ης στο υπόμνημά της της 04.03.2014 (παρ. 364 επ.) που επικεντρώνεται στην «ιδιαίτερη διαφημιστική αξία του εν λόγω καταστήματος» εκ της θέσεώς του στην […] για να δικαιολογήσει τις παροχές ως διαφημιστικές. Ούτε, επιπλέον, προκύπτει η υψηλότερη επισκεψιμότητα του καταστήματος σε σχέση με άλλα προβεβλημένα καταστήματα που δεν συνεργάζονται αποκλειστικά με την ΑΖ. Εξάλλου, με την παραδοχή της δεσπόζουσας επιχείρησης περί αποσύνδεσης των καταναλώσεων που επιτυγχάνονται στο σημείο από τις εκπτώσεις επιτείνεται η καταχρηστικότητα του συστήματος εκπτώσεων, πολλώ δε μάλλον που δεν αποδεικνύεται η αντιστοίχιση με την τελική διαφημιστική προβολή. Αυτά ακριβώς τα καταχρηστικά χαρακτηριστικά επιβεβαιώνονται από τις προεκτεθείσες δηλώσεις του Διευθυντή Πωλήσεων της ΑΖ το 2008 ο οποίος αναγνωρίζει ότι: στο κατάστημα της […][1022][…].

[1020]Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων (άμεσων και έμμεσων) και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. […]. Για τα υπόλοιπα έτη, 2008 – 2011, χρησιμοποιούνται τα ποσά που υποδεικνύονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

[1021]Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ως ποσά που αφορούν στη συγκεκριμένη επιχείρηση χρησιμοποιήθηκαν εκείνα που αντιστοιχούν στον πελάτη με τον κωδικό […].

[1022]Ο οποίος αναφέρει μεταξύ άλλων ότι: «*Το χρονικό διάστημα […], συνεργαστήκαμε για το σκοπό αυτό με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και της παρείχαμε τις συνήθεις υπηρεσίες διαφημιστικών προβολών (τοποθέτηση διαφημιστικής πινακίδας, τιμοκατάλογοι, σουπλά, stand, σηματοποίηση ομπρελών-τεντών). Οι αμοιβές που διαπραγματευτήκαμε και εν τέλει συμφωνήσαμε θεωρούμε ότι ανταποκρίνονται πλήρως στην διαφημιστική αξία του σημείου μας και σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να θεωρηθούν εκτός εμπορικής λογικής, γνωρίζοντας τις αμοιβές που συνηθίζονται για τέτοιες υπηρεσίες στην*

«[…]» καφετέρια στην […] ιδιοκτησίας […]

922 Αναφορικά με την ευρύτερη περιοχή της Αθήνας, η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει στην καταγγελία της, το 2006[1023], ότι ο ιδιοκτήτης του καταστήματος « […]» […], βεβαίωσε στον πωλητή της καταγγέλλουσας, […], ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, […] του 2006, κατέβαλε το ποσό των €[…], *«ενόψει της σύναψης συμβάσεως αποκλειστικότητας διάρκειας ενός έτους»*[1024].

923 Σε υποβολή στοιχείων της επιχείρησης […][1025] αναφέρεται ότι τα προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατείχαν ποσοστό επί της συνολικής αξίας αγορών ζύθου της επιχείρησης ίσο με [85-95-]% το έτος 2006, [85-95]% το 2007 και [95-100]% το 2008, […]. Επιρρωνύεται άρα η καταγγελία της Μύθος το 2006 για καταβολή σημαντικών χρηματικών ποσών το 2006 *ενόψει της σύναψης συμβάσεως αποκλειστικότητας*.

«[…] μπαρ - […] στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας […]

924 Ομοίως με την περίπτωση της καφετέριας « […]» στην […], η Μύθος Ζυθοποιία στην υποβληθείσα καταγγελία της[1026] επισημαίνει ότι: *«στο κατάστημα* […] *στη Θεσσαλονίκη του κ.* […] *οι χορηγούμενες εκπτώσεις για ετήσιο τζίρο* […]*€ ανέρχονται σε ποσό* […]*€ πάντοτε υπό την προϋπόθεση της αποκλειστικότητας και χωρίς να εξαρτώνται απαραίτητα από την επίτευξη στόχων»*.

925 Επιπλέον των ανωτέρω, σε «Δελτίο Καταγραφής Ανταγωνιστικής Συμπεριφοράς» το οποίο υπογράφει ο […], ως […][1027], επισημαίνεται ότι για τη συγκεκριμένη επιχείρηση υφίσταται «ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ», ενώ καταγράφεται ως μορφή συμφωνίας δέσμευσης […]. Επιπλέον, στο πεδίο υπό τον τίτλο «ΠΗΓΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ»: διευκρινίζεται […][1028].

926 Πράγματι, στην περίπτωση αυτή, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει υπογράψει συμβάσεις με την επιχείρηση στις οποίες ορίζεται προκαταβολική χορήγηση των συμφωνηθεισών αμοιβών έναντι διενέργειας προωθητικών και διαφημιστικών ενεργειών. Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, για την περίοδο των ετών […], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει συνάψει […]συμβάσεις με την επιχείρηση θεαμάτων και χώρων διασκέδασης «[…]» η οποία εκμεταλλεύεται τον πολυχώρο « […]» στη Θεσσαλονίκη[1029]. Με τις εν λόγω συμβάσεις η Αθηναϊκή Ζυθοποιία […]. Στις εν λόγω συμβάσεις, […]. Σημειώνεται ότι και στα […]. Στην περίπτωση μάλιστα των συμβάσεων που αναφέρονται […]. Αναλυτικότερες πληροφορίες σχετικά με τα οριζόμενα στα σχετικά συμφωνητικά περιλαμβάνονται στον Πίνακα 20 του Παραρτήματος 1.

περιοχή μας. Για τις αμοιβές αυτές εκδώσαμε τα προβλεπόμενα φορολογικά στοιχεία, δηλαδή δελτίο παροχής υπηρεσιών. […]».

[1023] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

[1024] Ο Πρόεδρος […] επιχείρησης «[…], […].

[1025] Με αριθ. πρωτ. […].

[1026] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

[1027] Το εν λόγω δελτίο επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1028] Ο […] καταγράφει στο δελτίο το ποσό των […] ως την αξία του συνολικού ετήσιου τζίρου της εν λόγω επιχείρησης (προφανώς σε προϊόντα ζύθου) ενώ το ποσό των […] το αναφέρει στο πεδίο «ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΑΝΤΙ ΣΤΟΧΩΝ».

[1029] Οι εν λόγω συμβάσεις προσκομίσθηκαν από την ίδια την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.12 υποβολής στοιχείων.

927 Όπως ήδη έχει αναφερθεί, η Μύθος Ζυθοποιία[1030], αναφέρει ότι η ως άνω επιχείρηση λαμβάνει αμοιβές από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπό την προϋπόθεση της αποκλειστικής διάθεσης των σημάτων της. Κατά τα ανωτέρω, η προκαταβολική χορήγηση των συμφωνηθεισών αμοιβών, συνδέεται με την τήρηση εκ μέρους της επιχείρησης σχετικού όρου αποκλειστικότητας γεγονός που δεν αναιρείται από την επίκληση της ΑΖ περί έλλειψης αντιστοιχίας τζίρου/πωλήσεων και αμοιβών διαφημιστικών προβολών[1031].

928 Στα αντίστοιχα τρία συμφωνητικά για το έτος 2005, τα οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1032] συμφωνείται αμοιβή συνολικού ύψους €[…] για την προβολή και προώθηση των σημάτων της εταιρίας συνιστάμενη κυρίως σε ενέργειες σηματοποίησης. […].

929 Σύμφωνα με τα ανωτέρω αναλυτικά οικονομικά στοιχεία πελατών που υπέβαλε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1033], η μικτή αξία πωλήσεων που αντιστοιχεί στην εταιρία «[…]» ανέρχεται σε […] Ευρώ τα έτη 2005, 2006 και 2007, αντίστοιχα, ενώ η εταιρία ζύθου χορήγησε συνολική αμοιβή για διαφημιστικούς σκοπούς ύψους […] Ευρώ το έτος 2005, […] Ευρώ το 2006 και […] Ευρώ το 2007[1034,1035]. Αναφορικά δε με τα έτη 2005 και 2006 από τα ως άνω μεγέθη, ποσά ύψους […] και […], αντίστοιχα, χαρακτηρίζονται ως δαπάνη για χορηγίες.

930 Η Μύθος εκθέτει, επίσης τις περιπτώσεις των καταστημάτων « […]» (καφετέρια μπαρ στο […])[1036], « […]»[1037], « […]»[1038], « […]», « […]» (καφετέριες μπαρ στο […])[1039], « […]» (καφετέρια - εστιατόριο

[1030] Βλ. υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία και, για την αποκλειστική συνεργασία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την εν λόγω επιχείρηση υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1031] Βλ. ιδίως υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014 παρ. 395 επ. περί του ότι οι συμφωνηθείσες αμοιβές καθορίζονται στη βάση των συγκεκριμένων υπηρεσιών διαφημιστικών υπηρεσιών και προβολών, γεγονός που δεν εξηγεί, σε κάθε περίπτωση, τη σύμπτωση της αποκλειστικότητας.

[1032] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 υποβολή στοιχείων.

[1033] Τα οικονομικά μεγέθη πωλήσεων, χορηγηθεισών εκπτώσεων και διαφημιστικών παροχών βασίσθηκαν στις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07, 6649/30.09.08, 7723/04.11.08, 8463/01.12.08, 8661/15.12.08, 2133/11.03.09, 5648/06.07.12, 5478/09.07.13 και 7925/11.10.13 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ως ποσά που αφορούν στην «[…]» χρησιμοποιήθηκαν εκείνα που αντιστοιχούν στον πελάτη με τον κωδικό […].

[1034] Συγκεκριμένα, με βάση τα υποβληθέντα στοιχεία, ο πελάτης «[…]» (με κωδικό […]) έλαβε από την καθ' ης: α) το 2005 ποσά αξίας €[…] (λογαριασμός […]), […] (λογαριασμός […]), €[…] (λογαριασμός […]), […] (λογαριασμός […]), β) το 2006 ποσά αξίας €[…] (λογαριασμός […]), €[…] (λογαριασμός […]), €[…] (λογαριασμός […]), […] (λογαριασμός […]), […] (λογαριασμός […]) και γ) το 2007 ποσό αξίας […] (λογαριασμός […]). Για τα υπόλοιπα έτη, 2008 – 2011, χρησιμοποιούνται τα ποσά που υποδεικνύονται από την καθ' ης στην υπ' αριθ. πρωτ. 5648/06.07.12 υποβολή στοιχείων.

[1035] Επιπλέον, η επιχείρηση έλαβε κατά τα έτη 2005 – 2007 ποσοστιαία έκπτωση […].

[1036] Όπως αναφέρει ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […] στην υποβληθείσα ένορκη κατάθεσή του η οποία έλαβε χώρα την […].2007 (Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων), ο επιχειρηματίας […] που διατηρεί καφετέρια – μπαρ με την ονομασία […], *«δουλεύει αποκλειστικά τα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και σε επανειλημμένες επισκέψεις του πωλητή της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ* […]*, απάντησε ότι δεν μπορεί να δουλέψει μπύρες άλλων εταιριών γιατί δεσμεύεται με συμφωνία από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και εισπράττει χρήματα».*

[1037] Στην υποβληθείσα ένορκη κατάθεση του ως άνω υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας (προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […]), επισημαίνεται ότι *«[ο] Επιχειρηματίας* […] *που διατηρεί καφέ – εστιατόριο με την ονομασία* […] *στην* […] *δεδομένου ότι η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ πλήρωσε τιμολόγιο για αγορά 2 unbranded ψυγείων και του ζήτησε να δουλέψει αποκλειστικά τα προϊόντα της και αρνήθηκε να συνεργαστεί με τα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ τόσο το 2005 όσο και το 2006 όπως δηλώθηκε σε επισκέψεις του πωλητή της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ* […]*».*

[1038] Σύμφωνα με τα αναφερθέντα στην ως άνω ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […], ο επιχειρηματίας […], που διατηρεί μπαρ στον […] με την ονομασία «[…]» αρνήθηκε στον πωλητή της καταγγέλλουσας,

στο […])[1040] και « […]» (στις […])[1041], περίπτωση για την οποία και η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι η καθ' ης είχε καταβάλει για το έτος 2005, […] και για το έτος 2006 […] και υποστηρίζει τα καταγγελλόμενα από τη Μύθος Ζυθοποιία, το 2007, περί του ότι το κατάστημα διακινεί αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής προκειμένου να λαμβάνει τις πιο ικανοποιητικές αντιπαροχές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Καταγγέλλεται, εξάλλου, η περίπτωση των […] στη […][1042] και του καταστήματος « […]» (μπαρ στη […]), στο οποίο η έρευνα της Υπηρεσίας έδειξε ότι έλαβε όχι μόνο τα […] που καταγγέλλει η Μύθος Ζυθοποιία για αποκλειστικότητα […] έτος 2006 […] το έτος 2007 ως « […]»[1043].

[…], πρόταση συνεργασίας, επειδή *«η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑπλήρωσε το 2006 για την κατασκευή τέντας στο κατάστημά του με την προϋπόθεση να δουλέψει αποκλειστικά τα προϊόντα της».*

[1039]Ο […], στην κατάθεσή του (προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων), αναφέρει σχετικά με την καφετέρια «[…]» που διατηρεί ο […]: *«μετά από πίεση της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ να δουλέψει αποκλειστικά τα προϊόντα της με την παροχή […]και την έκδοση Τ.Π.Υ. αξίας […]€ για την αγορά T.V. λόγω Μουντιάλ αρνήθηκε στον* […] *να συνεργαστεί με ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για αυτόν το λόγο».*

Επιπλέον, ο […] αναφέρει για την καφετέρια « […]» που ο εν λόγω επιχειρηματίας διατηρεί στην ίδια περιοχή *«κατά την επίσκεψη του πωλητή της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ* […] *το 2006 ο υπεύθυνος ανακοίνωσε ότι δεν μπορούσε να δεχτεί την πρόταση που του είχε γίνει από τη ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ διότι είχε δεχτεί πρόταση από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της για δύο χρόνια με την έκδοση Τ.Π.Υ. […]€ για την αγορά λευκών ομπρελών».*

[1040]Σύμφωνα με όσα καταθέτει ο ως άνω υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας (προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων) *«[σ]ε επαφή που είχε ο* […] *με τον κο* […] *ιδιοκτήτη του καταστήματος* […]*, στις 10/5/07 στα πλαίσια διερεύνησης της πιθανότητας συνεργασίας μας αναφέρθηκε από τον τελευταίο, ότι για την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της, η ΑΘΗΝΑΪΚΗ έδωσε το ποσό των […]€».*

[1041]Σύμφωνα με όσα δηλώνει ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας […] στην ένορκη κατάθεσή του την οποία υπέβαλε υπόψη της Ε.Α. η εν λόγω εταιρία ζύθου (προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων) *«[σ]τις 10 Μαρτίου 2007 ο υπεύθυνος πωλήσεων* […] *είχε συνάντηση με τον* […] *με αντικείμενο πιθανή συνεργασία στην* […]*, για την εκμετάλλευση της οποίας αποφασίζει. Η παροχή που προτάθηκε από τη Μύθος σε περίπτωση συνεργασίας ήταν […], παροχή η οποία δεν ικανοποίησε τον πελάτη, δεδομένου ότι για την αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή πήρε […]€,[…] ομπρέλες Amstel Pulse και κιβωτιακή παροχή […] οπότε και μέχρι σήμερα το κατάστημα διακινεί αποκλειστικά προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ».* Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και β) για το έτος 2006 ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

[1042]Σύμφωνα με ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […] την 07.05.2007, την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα, αναφέρονται δύο περαιτέρω περιπτώσεις ξενοδοχειακών μονάδων στις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε ανταλλάγματα για αποκλειστική συνεργασία:

«[ο] επιχειρηματίας […] *που διατηρεί στ*[…] *ξενοδοχείο με την ονομασία* […] *ανέφερε ότι η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ πλήρωσε* […]*€ για την καταχώριση σε τουριστικό οδηγό που εκδίδει το ξενοδοχείο για την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της, αποκλείοντας την πώληση ΜΥΘΟΣ»* και *«[σ]την* […] *που διατηρεί* […] *ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ με την ονομασία* […] *το 2006 η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ του προσέφερε με κάθε αγορά* […] *ζητώντας να σταματήσει να συνεργάζεται με τη ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και να δουλεύει αποκλειστικά με τα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ».*

[1043]Σύμφωνα με την ως άνω ένορκη κατάθεση που υπεβλήθη από τη Μύθος Ζυθοποιία (προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων), ο […], επιχειρηματίας που διατηρεί μπαρ με την ονομασία « […]» στη […] *«έλαβε τον Απρίλιο 2006,* […]*€ για ραδιοφωνικές διαφημίσεις και εκτύπωση εντύπων για αποκλειστική συνεργασία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ».* Ο […] μάλιστα επισημαίνει αναφορικά με την εν λόγω επιχείρηση: *«[σ]ε επισκέψεις τόσο από την* […] *όσο και δικές μου με στόχο τη συνεργασία απαντούσε αρνητικά λόγω της παροχής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας».*

Πρέπει να σημειωθεί ότι σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία πελατών που έχει προσκομίσει στην Ε.Α. η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο πελάτης «[…]» εμφανίζεται να έχει λάβει το 2006 από την εν λόγω εταιρία ζύθου ποσό […] και

Περαιτέρω αναφορές από ανταγωνίστριες για πρακτικές αποκλεισμού σε τελικά σημεία

931 Συμπληρωματικά, με τα υπομνήματά της μετά την κοινοποίηση της Εισήγησης και κατά την ακροαματική διαδικασία, η καταγγέλλουσα Μύθος αναφέρει επιπρόσθετα περιστατικά αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων από την καθ' ης. Η Μύθος παραθέτει τα ακόλουθα, ιδίως, στοιχεία που συμπληρώνουν και αναδεικνύουν τα περιστατικά τα οποία συνιστούν τις ήδη αποδειχθείσες, κατά τα ανωτέρω, πρακτικές αποκλεισμού της ΑΖ (ιδίως απαγορευμένους όρους αποκλειστικότητας, πολύ σημαντικές εκπτώσεις – παροχές αποκλειστικότητας). Το σύστημα των παροχών αυτών επισύρει επίσης, την εφαρμογή από την ΑΖ πρακτικών αποκλεισμού κατά των ανταγωνιστών της, καθώς και την εφαρμογή, έναντι των εμπορικών της εταίρων, διαφορετικών όρων για τις ίδιες παροχές, κατά τα προεκτεθέντα, ανάλογα όχι με την αγοραζόμενη ποσότητα αλλά με εξάρτηση της παροχής από τον καταχρηστικό όρο της αποκλειστικότητας.

932 Με το από 28.2.2014 Υπόμνημά της η Μύθος Ζυθοποιία υπέβαλε πρόσθετα έγγραφα που αποδεικνύουν ότι η καθ' ης εφάρμοζε πρακτικές αποκλεισμού των ανταγωνιστών της και των προϊόντων τους από τελικά σημεία και επέβαλλε όρους αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων της. Η καταγγέλλουσα τονίζει ότι η ΑΖ ακολουθούσε αντίστοιχες πρακτικές τόσο στο παρελθόν όσο και μέχρι την έναρξη της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της Ε.Α.

933 Ειδικότερα, η Μύθος προσκόμισε τέσσερα υπογεγραμμένα ιδιωτικά συμφωνητικά τα οποία συνήψε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με επιχειρήσεις εκμετάλλευσης τελικών σημείων, στα οποία περιλαμβάνεται ρήτρα αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων ζύθου και νερού της καταγγελλόμενης και μάλιστα έναντι σημαντικών, προκαταβαλλόμενων παροχών για τις οποίες η αντισυμβαλλόμενη θα εξέδιδε τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών. Συγκεκριμένα:

934 1) Στο από […].1999 ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ της καθ' ης και της εταιρίας « […]» (διάρκειας […]) περιέχεται όρος (όρος Β.1) βάσει του οποίου η αντισυμβαλλόμενη […] αναλαμβάνει την υποχρέωση «*κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης να διαθέτει στο Κατάστημα τα προϊόντα της Αθηναϊκής σε αποκλειστική βάση, αποκλειόμενης της προμηθείας και διαθέσεως στους χώρους αυτούς οποιουδήποτε άλλου προϊόντος μπύρας σε φιάλη ή Draught και του φυσικού μεταλλικού και ανθρακούχου νερού ΙΟΛΗ έτσι ώστε στο εν λόγω κατάστημα να μην είναι δυνατή η διάθεση άλλου σχετικού προϊόντος με αυτά της Αθηναϊκής, εκτός από τα προϊόντα που αφορά η παρούσα σύμβαση*». Το συμφωνητικό αυτό είχε […] διάρκεια και η αμοιβή του τελικού σημείου για την υποχρέωση αποκλειστικότητας ορίστηκε συνολικά σε ποσό […] δρχ. σε […] δόσεις έναντι εκδόσεως τιμολογίου παροχής υπηρεσιών ή τιμολογίου προμηθευτού του καταστήματος από την αντισυμβαλλόμενη της καθ΄ης - εκ των οποίων η πρώτη δόση ποσού […] δρχ. καταβλήθηκε προκαταβολικά με την υπογραφή του συμφωνητικού και οι λοιπές δύο συμφωνήθηκαν καταβλητέες […]. Το Κατάστημα στο οποίο αφορούσε αυτή η συμφωνία

για το 2007 […]. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» (λογαριασμός […]), β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» (λογαριασμός […]) και γ) για το έτος 2007, στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» αντιστοιχούν ποσά αξίας €[…] (λογαριασμός […]), €[…] (λογαριασμός […]) και €[…] (λογαριασμός […]).

ευρισκόταν στην […] και στις […] και είχε το διακριτικό τίτλο […], ανήκε δε στον […][1044].

935 2) Στο από […].1999, ομοίως, ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ της καθ' ης και της Εταιρίας « […]» -που εκπροσωπείται νόμιμα από τον […]- (το οποίο είχε την ίδια διάρκεια με το προεκτεθέν υπό 1) περιέχεται όρος (όρος Β.1) βάσει του οποίου η τελευταία αναλαμβάνει, ομοίως, την υποχρέωση *«κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης να διαθέτει στο Κατάστημα τα προϊόντα της Αθηναϊκής σε αποκλειστική βάση, αποκλειόμενης της προμηθείας και διαθέσεως στους χώρους αυτούς οποιουδήποτε άλλου προϊόντος μπύρας σε φιάλη ή Draught και του φυσικού μεταλλικού και ανθρακούχου νερού ΙΟΛΗ έτσι ώστε στο εν λόγω κατάστημα να μην είναι δυνατή η διάθεση άλλου σχετικού προϊόντος με αυτά της Αθηναϊκής, εκτός από τα προϊόντα που αφορά η παρούσα σύμβαση»*. Στο συμφωνητικό αυτό προβλεπόταν αμοιβή του τελικού σημείου για την υποχρέωση αποκλειστικότητας ποσού […] δρχ. έναντι εκδόσεως τιμολογίου παροχής υπηρεσιών ή τιμολογίου προμηθευτού του καταστήματος από την αντισυμβαλλόμενη της καθ΄ης (σε […] δόσεις εκ των οποίων η πρώτη ποσού […] δρχ. καταβλήθηκε προκαταβολικά με την υπογραφή του συμφωνητικού και οι λοιπές […] συμφωνήθηκαν καταβλητέες […]). Το Κατάστημα στο οποίο αφορούσε αυτή η συμφωνία βρίσκεται στο […] και έχει το διακριτικό τίτλο […], ανήκει δε στον […] και η σχέση με την καθ' ης συνεχίζει μεταγενέστερα με οιονεί αποκλειστική προμήθεια και σημαντικές παροχές από την καθ' ης κατά τα ανωτέρω[1045].

936 3) Στο από […].1999 ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ της καταγγελλόμενης και της Εταιρίας « […]» (διάρκειας […]) που αφορούσε στο κατάστημα […] στο […], περιέχεται όρος (όρος 1) βάσει του οποίου η αντισυμβαλλόμενη της καθ' ης αναλαμβάνει, ομοίως, την υποχρέωση *«κατά τη διάρκεια ισχύος της παρούσας σύμβασης* να *προμηθεύεται αποκλειστικά από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ και να διαθέτει στο Κατάστημα τα προϊόντα της Αθηναϊκής σε αποκλειστική βάση, αποκλειόμενης της προμηθείας και διαθέσεως στους χώρους αυτούς οποιουδήποτε άλλου προϊόντος μπύρας σε φιάλη ή drought ή οποιουδήποτε άλλου προϊόντος εμφιαλωμένου νερού σε οποιαδήποτε μορφή συσκευασία, έτσι ώστε στο εν λόγω κατάστημα να μην είναι δυνατή η διάθεση άλλου σχετικού προϊόντος με αυτά της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ, εκτός από τα προϊόντα που αφορά η παρούσα σύμβαση»*. Το συμφωνητικό προέβλεπε αμοιβή του τελικού σημείου για την υποχρέωση αποκλειστικότητας (άρθρα 1 και 4 της σύμβασης) συνολικού ποσού […] δρχ. καταβλητέου σε […] δόσεις εκ των οποίων η πρώτη ποσού […] δρχ. καταβλήθηκε προκαταβολικά με την υπογραφή του συμφωνητικού και οι λοιπές […] συμφωνήθηκαν να καταβληθούν στο […] έναντι εκδόσεως τιμολογίου παροχής υπηρεσιών από την αντισυμβαλλόμενη της καθ΄ης. Βάσει του άρθρου 4, οριζόταν ότι τα ποσά αυτά θα χρησιμοποιούνταν από την αντισυμβαλλόμενη για «διάφορες κατασκευές και τυχόν ανακαινίσεις του καταστήματος»[1046].

937 4) Στο από […].1999 ιδιωτικό συμφωνητικό μεταξύ της καταγγελλόμενης και της Εταιρίας « […]» που είχε την εκμετάλλευση των χώρων του […] (διάρκειας […]) περιέχεται όρος (άρθρο Β.1) βάσει του οποίου η αντισυμβαλλόμενη της καθ' ης αναλαμβάνει, ομοίως, την υποχρέωση *«κατά τη διάρκεια ι-σχύος της παρούσας σύμβασης να προμηθεύεται αποκλειστικά από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ και να διαθέτει στο Κατάστημα τα προϊόντα της Αθηναϊκής σε αποκλειστική βάση*, *αποκλειόμενης της προμήθειας και*

[1044]Βλ. σχετικό 74 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1045]Σχετικό 75 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1046]Σχετικό 76 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.

διαθέσεως στους χώρους αυτούς οποιουδήποτε άλλου προϊόντος μπύρας σε φιάλη η drought». Το συμφωνητικό αυτό είχε διετή διάρκεια και η αμοιβή του τελικού σημείου για την υποχρέωση α-ποκλειστικότητας ορίστηκε συνολικά σε ποσό […] δρχ. σε […] δόσεις έναντι εκδόσεως τιμολογίου παροχής υπηρεσιών από την αντισυμβαλλόμενη της καθ΄ης[1047].

938 Η καταγγελλόμενη επιχειρεί να αντικρούσει τις ως άνω περιπτώσεις[1048]. Ο ισχυρισμός της καταγγελλόμενης ότι η ΜΥΘΟΣ κανένα αποδεικτικό στοιχείο δεν έχει προσκομίσει όλα αυτά χρόνια για να αποδείξει τις δήθεν πρακτικές αποκλεισμού της και ότι εμφανίζει τώρα τα ως άνω τέσσερα συμφωνητικά με όρους αποκλειστικότητας τα οποία όλα ανάγονται στο απώτατο παρελθόν προβάλλεται αλυσιτελώς και ουδεμία έννομη επιρροή ασκεί. Τα ως άνω ιδιωτικά συμφωνητικά προσκομίσθηκαν από την καταγγέλλουσα συμπληρωματικά, προκειμένου δηλ. να συνεκτιμηθούν με το σύνολο των αντίστοιχων περιπτώσεων που περιλαμβάνονται στην εισήγηση και σε επίρρωση των όσων έχει ήδη καταγγείλει και των άλλων μεταγενέστερων περιπτώσεων που υποβάλλει και εκτίθενται εν συνεχεία. Αναφορικά δε με τους ισχυρισμούς περί ενδεχόμενης εφαρμογής του Κανονισμού δηλ. 1984/83, και ισχυρισμών βάσει της γνωμοδότησης 28/85 Tasty I και της μη περιέχουσας εξέταση σε σχέση με αντίστοιχη παράβαση απόφαση ΕΑ 207/ΙΙΙ/2002 - CocaCola) καθώς και του θέματος της παραγραφής, αυτοί αλυσιτελώς και αβασίμως προβάλλονται όπως αναλύεται ανωτέρω (βλ. εισαγωγική ενότητα και ενότητα Αποκλειστικότητα σε αλυσίδες μαζικής εστίασης ('keyaccounts')).

939 Περαιτέρω, με το από 28.2.2014 Υπόμνημά της κατά τα ανωτέρω, η καταγγέλλουσα προσκόμισε το από […].2007 ιδιωτικό συμφωνητικό λύσης συνεργασίας που συνήψε με την εταιρία με την επωνυμία « […]» σχετικά με την επιστροφή από τη δεύτερη ως άνω εταιρία στην καταγγέλλουσα ποσού ύψους […] € ως αναλογία για μη επιτευχθέντες στόχους και λόγω πρόωρης λύσης της από […].2006 συμβάσεως αποκλειστικής συνεργασίας (διάρκειας […]) για την προώθηση των προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας στο κατάστημα με το διακριτικό τίτλο […]στη […]. Όπως προκύπτει από το συμφωνητικό αυτό η ως άνω […] σύμβαση λύθηκε πρόωρα λόγω *«[…] της επιλογής του [Συνεργάτη] να συνεργαστεί σε άλλη βάση με τρίτο προμηθευτή»*, ήτοι, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η οποία προσέφερε, όπως υποστηρίζει, αλλά και όπως συνάγεται εκ του γεγονότος της απώλειας των ανταλλαγμάτων της προηγούμενης σύμβασης με την καταγγέλλουσα, σημαντικά μεγαλύτερο ποσό για την έναρξη συνεργασίας με το εν λόγω κατάστημα [σχετικό 78 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας]. Η περί του αντιθέτου εξήγηση που δίδεται από την καταγγελλόμενη σχετικά με τη διακοπή της συνεργασίας, η αδυναμία δηλ. του πελάτη για επίτευξη συγκεκριμένων στόχων αγορών που του είχαν τεθεί από την καταγγέλλουσα και η οποία κατά τους ισχυρισμούς του τον οδήγησε σε αναζήτηση συνεργασίας σε «άλλη βάση», δηλ. σε μη αποκλειστική βάση και χωρίς συνάρτηση με στόχους αγοράς [βλ. παρ. 71 Προσθήκης –Αντίκρουσης της ΑΖ της 14.03.2014 επί του υπομνήματος της Μύθος] σταθμίζεται, στο πλαίσιο συνολικής εξέτασης όλων των συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων, κατά τα ανωτέρω.

940 Εξάλλου, στο ως άνω από 28.2.2014 Υπόμνημά της η Μύθος Ζυθοποιία προσκόμισε το από 6.11.2013

[1047] Σχετικό 77 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1048] Βλ. σχετικά παρ. 70 επ. αντίκρουσης ΑΖ της 14.03.2014 επί του υπομνήματος της Μύθος.

μήνυμα ηλεκτρονικής αλληλογραφίας του […] προς την […],[…], στο οποίο αναφέρει επί λέξει: *«Σχετικά με την πρόταση συνεργασίας σας είμαι στη δυσάρεστη θέση να επιβεβαιώσω ότι δεν είμαστε σε θέση να προχωρήσουμε. Η προσφορά που δεχτήκαμε ήταν σημαντικά υψηλότερη»* ως απάντηση στο από 11.10.2013 μήνυμα της […] που ανέφερε: *«Μετά την προφορική μας επικοινωνία, στην οποία με ενημέρωσες ότι δε δέχεσαι την πρότασή μας, δεδομένου του ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έκανε πολύ μεγαλύτερη προσφορά αποκλειστικότητας, και δεδομένου του ότι σου είχα αποστείλει το παραπάνω προσχέδιο συμφωνίας, παρακαλώ πολύ για το τυπικό της υπόθεσης να μου απαντήσεις και γραπτώς την άρνηση της προσφοράς μας για την περίοδο Σεπτέμβριος 2013 με Αύγουστο 2014, οπότε και την ακύρωση του παραπάνω συμφωνητικού»*. Το σχέδιο του συμφωνητικού στο οποίο αναφέρεται η […] προέβλεπε αποκλειστική προώθηση των προϊόντων της καταγγέλλουσας για […] χρόνια έναντι του ποσού των […] € κατ' έτος[1049]. Προς αντίκρουση του ανωτέρω, η καταγγελλόμενη προσκόμισε την υπ΄ αριθ. 5612/2014 ένορκη βεβαίωση του ιδιοκτήτη του καταστήματος […] ο οποίος καταθέτει τα εξής: « […]»[1050]. Ωστόσο, σε σχέση με την ανωτέρω ένορκη βεβαίωση συνεκτιμάται ότι συνιστά εκ των υστέρων ανάκληση της αρχικής δήλωσης, ενδεχομένως μετά από πρόσκληση της καθ' ης, δεδομένου ότι η βεβαίωση, την οποία προσκομίζει η ΑΖ, παρέχεται ενόψει της εκδίκασης της υπόθεσης[1051], επωνύμως και άρα με τις σχετικές ενδεχόμενες δυνατότητες άσκησης άμεσης ή έμμεσης πίεσης. Αντιθέτως, σε σχέση με την αρχική δήλωση του […], η οποία επίσης αξιολογείται με βάση τις ανωτέρω εκτεθείσες αρχές, λαμβάνεται υπόψη ότι ο μάρτυρας είναι πρόσωπο εμπλεκόμενο αμέσως στην υπό κρίση πρακτική το οποίο, in tempore non suspecto, κατέγραψε στην απάντησή του την «σημαντικά υψηλότερη» προσφορά της καθ' ης και ανέφερε την τελευταία ως αιτία για τη λύση της σύμβασής του με την καταγγέλλουσα (και άρα ως λόγο να απεμπολήσει τα σημαντικά οικονομικά ανταλλάγματα που του είχε παράσχει η καταγγέλλουσα σχετικά), ενώ επίσης δεν διέψευσε ότι, όπως προφορικά είχε δηλώσει στη μάρτυρα της καθ' ης, ότι η συμφωνία με την ΑΖ είχε όρο αποκλειστικότητας.

941 Μάλιστα, […] μάρτυρας της Μύθος […] κατέθεσε, αναφορικά με το τελικό σημείο […], κατά τη συζήτηση[1052], ότι […]. Και περαιτέρω, σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, το τελικό σημείο έλαβε από την καταγγελλόμενη πάνω από […][1053]. Επίσης, στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία του ισχύοντος (τότε) τιμοκαταλόγου όπου εμφαίνονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε το τελικό σημείο και τα οποία ανήκουν στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη.

942 Αντίστοιχα συμπεράσματα προκύπτουν από τα «δελτία καταγραφής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς» που υπογράφει ο πωλητής On Trade της Μύθος Ζυθοποιίας, […], στα οποία καταγράφονται περιστατικά όπου η καταγγελλόμενη προχώρησε σε προσφορά υψηλών ανταλλαγμάτων για να επιτύχει

[1049]Σχετικό 79 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1050]Σχετικό 1 στο από 18.6.2014 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
[1051]Στη βεβαίωσή του ο […] δηλώνει ότι κάνει αυτή την ένορκη βεβαίωση για να χρησιμοποιηθεί ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού στα πλαίσια της συζήτησης ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, σχετικά με την εξέταση πρακτικών της εταιρείας με την επωνυμία Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. υπό το πρίσμα του άρθρου 2 του Ν. 703/1977, νυν άρθρου 2 του Ν. 3959/2011, καθώς και του άρθρου 82 ΣΕΚ, νυν άρθρου 102 ΣΛΕΕ.
[1052] Ένορκη εξέταση […] - σχετικά απομαγνητοφωνημένα πρακτικά της 24.03.2014 (17η Συνεδρίαση).
[1053]Ενορκη εξέταση […] – 17η Συνεδρίαση της 24.03.2014.

τη μη ανανέωση συμφωνιών συνεργασίας της Μύθος με τελικά σημεία και την αποκλειστική προμήθεια προϊόντων ζύθου από την καθ' ης. Συγκεκριμένα τα δελτία[1054] αναφέρονται α) στην περίπτωση του cafe bar στο Ηράκλειο Κρήτης ([…]) ιδιοκτησίας […] που είχε συνεργασία με την καταγγέλλουσα για την προμήθεια προϊόντων μπίρας κατά τα έτη 2010-2012, την οποία παρότι αρχικά είχε δεχτεί να ανανεώσει και για το έτος 2013, εν τέλει απέρριψε καθώς η καταγγελλόμενη του προσέφερε τα προϊόντα της […] σε τιμές […] και […]€ αντίστοιχα θέτοντας όμως *«τον όρο της προώθησης μόνο προϊόντων της ΑΖ και αποκλειστικά της μπύρας Sol»* και β) στην περίπτωση 3 ξενοδοχείων ([…]) και 1 beach bar (το […])[…] Νομού Ηρακλείου ιδιοκτησίας του […] το οποίο συνεργαζόταν με την καταγγέλλουσα για την προμήθεια προϊόντων ζύθου τα έτη 2011 και 2012 με αντιπαροχή έκπτωση ύψους […]% επί του τζίρου και το οποίο αρνήθηκε να δεχτεί την ανανέωση της συμφωνίας με τους ίδιους όρους για το 2013 με την αιτιολογία ότι η καταγγελλόμενη του πρόσφερε μεγαλύτερη έκπτωση με τη μορφή της κάλυψης κόστους ειδικών κατασκευών στο κατάστημά του. Στο δελτίο επιπλέον αναφέρεται ότι το εν λόγω κατάστημα έκανε «καταναλώσεις» (αγορές) […] κιβωτίων μπύρας το 2012 με συνολικό τζίρο […]€ και ότι η προσφορά της καταγγελλόμενης φαίνεται να ανέρχεται σε ποσό […]€ περίπου […] όταν το 2012 η προσφορά της καταγγέλλουσας ανήλθε σε ποσό […]€[1055]. Ο ισχυρισμός της καταγγελλόμενης ότι τα εν λόγω «δελτία καταγραφής ανταγωνιστικής συμπεριφοράς» δεν είναι υπογεγραμμένα από τους ίδιους τους επιχειρηματίες αλλά μόνο από τους πωλητές/εκπροσώπους της καταγγέλλουσας σταθμίζεται με βάση τις ανωτέρω αρχές και υπό το φως των λοιπών συγκλινουσών μαρτυριών και στοιχείων. Ειδικότερα, ως προς το τελικό σημείο […], στην από 28.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε μεταξύ άλλων εκτυπώσεις καρτέλας του συγκεκριμένου πελάτη από τις οποίες προκύπτει ότι το σημείο αυτό έκανε στο διάστημα από 1.2.2012-17.1.2013 τζίρο […]€ σε προϊόντα της καταγγέλλουσας, ενώ στο διάστημα 1.1.2013-31.12.2013 αγόρασε μόλις […] κιβώτια προϊόντων της καταγγέλλουσας συνολικής αξίας […]€. Σε σχετικό ηλεκτρονικό μήνυμά του που προσκομίσθηκε από την καταγγέλλουσα ο Διευθυντής πωλήσεων της περιοχής της καταγγέλλουσας […] αναφέρει ότι από τα ως άνω στοιχεία καταναλώσεων προκύπτει ότι « […]». Για δε τα ως άνω τελικά σημεία ιδιοκτησίας […] προσκομίσθηκε τιμοκατάλογος όπου φαίνεται πλήρης απουσία προϊόντων της καταγγέλλουσας και του συνόλου σχεδόν των προϊόντων των λοιπών ανταγωνιστών - με εξαίρεση τη μπίρα Bud της ΑΜΒΥΞ Α.Ε.

943 Περαιτέρω, σχετικές είναι και αναφορές της πωλήτριάς της καταγγέλλουσας στην περιοχή της […], […][1056], η οποία αναφέρεται σε πρακτικές που πρόσφατα εφάρμοσε η καθ' ης για την επιτυχημένη «απόσπαση» σημείων και τον εκτοπισμό της καταγγέλλουσας από τελικά σημεία στην […]. Συγκεκριμένα:

944 α) Στο τελικό σημείο cafe-bar […] στην οδό […] στην […] ιδιοκτησίας « […]» που συνεργαζόταν με την καταγγέλλουσα στη βάση παροχής έκπτωσης […]% επί του τζίρου του στα προϊόντα της. Το σημείο είχε μια δυναμικότητα […] κιβωτίων μπύρας το χρόνο και η ΑΖ κατάφερε[1057] να αποβάλει την

[1054]Σχετ. 80 και 81, αντιστοίχως, στο από 28.02.2014 της καταγγέλλουσας.
[1055]Βλ. σχετικά 80, 81 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1056]Βλ. σ. 33 του από 28.02.2014 υπομνήματος της καταγγέλλουσας και συνημμένα σχετ. 82 με τις αναφορές της υπαλλήλου της Μύθος.
[1057]Εκ της διατύπωσης «η Αθηναϊκή το πήρε τώρα» και της ημερομηνίας του email προκύπτει ότι αναφέρεται στις αρχές

καταγγέλλουσα και να το εντάξει στο δίκτυο της αποκλειστικής προώθησης των προϊόντων της, μετά από επαφές που έκανε με τους ιθύνοντες του σημείου ο προϊστάμενος πωλήσεων της […] και η υπεύθυνη πωλήσεων της περιοχής […], προσφέροντας βασική συμφωνία εκπτώσεων επί τζίρου […]% (που συμπεριλαμβάνει τις αγορές της μπύρας SOL ενώ στην περίπτωση της Μύθος εξαιρείτο η αντίστοιχη μεξικάνικη μπίρα Corona), κάλυψη κόστους κατασκευής ύψους […] €, επιπλέον -και πέραν της συμφωνίας περί απόδοσης έκπτωσης- […] [1058].

945 β) Στο τελικό σημείο cafe-bar […] στην οδό […] στην […] ιδιοκτησίας «[…]» που συνεργαζόταν με την καταγγέλλουσα στη βάση κάλυψης κόστους κατασκευών/προμήθειας ομπρελών ύψους […]€. Το σημείο είχε μια δυναμικότητα […] κιβωτίων μπίρας το χρόνο. Η καθ' ης κατάφερε να αποβάλει την καταγγέλλουσα από το σημείο αυτό και να το εντάξει στο δίκτυό της αποκλειστικής προώθησης των προϊόντων της μετά από επαφές που έκανε με τους ιθύνοντες του σημείου τον Ιούλιο 2013 ο προϊστάμενος πωλήσεών της […], προσφέροντας και καταβάλλοντος έως την […] ποσό […]€ καθώς και την κάλυψη κατασκευαστικού κόστους […] συνολικής αξίας […] €.

946 γ) Στο τελικό σημείο cafe-bar […] στην οδό […] στην […] με υπεύθυνο τον […] που συνεργαζόταν με την καταγγέλλουσα στη βάση κάλυψης κόστους κατασκευής τέντας ύψους […]€ καθώς και έκπτωση […] % και στο τελικό σημείο […]στην οδό […] με υπεύθυνο τον κ. […] των αυτών συμφερόντων προσφέροντας τον Αύγουστο 2013 μέσω του προϊσταμένου πωλήσεων της […]για την κάλυψη κατασκευής ύψους […]€, καταβολή μετρητών […]€ και τέλος προσφέροντας τον κωδικό […].

947 Η καθ' ης προσκόμισε σχετικό μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της υπεύθυνης πωλήσεων ΑΖ της περιοχής […] με ημερομηνία […].2014 στο οποίο παρατίθεται σειρά καταστημάτων (μεταξύ των οποίων και το […], το […] και το […]) στα οποία έχει γίνει διαφημιστική προβολή της ΑΖ και για τα οποία προσκομίσθηκε η γκάμα των προϊόντων που διατίθενται, προκειμένου να καταδειχθεί ότι μέσα σε αυτά υφίστανται και ανταγωνιστικά σήματα. Αναφορικά προς το τελικό σημείο […] στην από 28.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφίες τιμοκαταλόγου του τελικού σημείου όπου απουσιάζει κάθε άλλη μάρκα μπίρας και το τελικό σημείο όντως διαθέτει μόνο σήματα της καθ' ης. Για τα σημεία […] και […] συνεκτιμάται ότι σύμφωνα με τα στοιχεία της καθ' ης[1059], τα δύο αυτά σημεία είχαν κάποια σήματα μικρότερων ανταγωνιστών (το […] έχει κυρίως ΑΖ αλλά διαθέτει επίσης κάποια σήματα της […]) και το […] έχει κυρίως ΑΖ και μόνο δύο ανταγωνιστικά σήματα της […]),[…].

948 Στο από 14.3.2014 υπόμνημα Προσθήκης - Αντίκρουσης η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται σε μια πρακτική την οποία έχει υιοθετήσει η καταγγελλόμενη προκειμένου να εξασφαλίσει την πίστη των τελικών σημείων ακόμα και μετά τη λήξη της συνεργασίας τους με αυτήν. Ειδικότερα, όπως βεβαιώνει στην προσκομιζόμενη με επίκληση υπ' αριθ. […]/14.3.2014 ένορκη βεβαίωση που έδωσε […], η καταγγελλόμενη προσπαθεί να διατηρήσει τη δέσμευση των τελικών σημείων με το να μην «αποδίδει» τα συμφωνημένα τουλάχιστον κατά ένα σημαντικό μέρος τους προτού το σημείο ανανεώσει τη συμφωνία

του έτους 2014.

[1058] Βλ. σχετικό 82 στο από 28.2.2014 Υπόμνημα της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1059]Βλ. προεκτεθέν από 12.3.2014 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της υπεύθυνης πωλήσεων ΑΖ της περιοχής […].

του μαζί της. Κατά τη Μύθος: «*Η καταγγελλόμενη συνάπτει συμφωνίες με τους πελάτες της με τον όρο είτε της απόδοσης σε αυτούς κάποιου ποσοστού επί του τζίρου των πωλήσεων των προϊόντων της σε μορφή τιμολογίου παροχής υπηρεσιών είτε της χορήγησης χρηματικών ποσών για κατασκευές στα καταστήματά τους (π.χ. τέντες, ταμπέλες, ομπρέλες κτλ). Σε αρκετές περιπτώσεις μάλιστα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντί του ως άνω ποσοστού τζίρου που υπόσχεται αρχικά στους πελάτες της, εν συνεχεία το χορηγεί σε «προσφορά» χρηματικού ποσού για κατασκευαστικούς λόγους. Παρόλ' αυτά, η καταγγελλόμενη διατηρεί στη συμφωνία της με τους πελάτες την ποσοστιαία «στοχοποίηση» τζίρου, διότι εάν δεν «πιαστεί» ο συμφωνημένος στόχος τζίρου, είτε δεν αποδίδει τα υπόλοιπα χρήματα στους τελευταίους είτε απαιτεί ανανέωση της συμφωνίας τους για να τους τα αποδώσει. Το αποτέλεσμα που έχουν οι ωσάνω«δελεαστικές» προσφορές που «ανεβαίνουν» όσο ανεβαίνουν οι ποσότητες που παραγγέλλονται, κατ' ουσία κλειδώνουν τις αποθήκες ιδίως των μικρών τελικών σημείων από κάθε ανταγωνιστικό προϊόν.*

949 *Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι εξής επιχειρήσεις / καταστήματα εστίασης και διασκέδασης (τελικά σημεία):*

950 *Ο ιδιοκτήτης των τελικών σημείων με τις […], μου ανέφερε φέτος σε πρόσφατη επικοινωνία μας ότι αν και συμφώνησε με την Εταιρία μας προφορικά να προμηθεύεται και δικά μας προϊόντα, παρόλα αυτά δεν μπορεί να προβεί στη σύναψη εγγράφως της ως άνω συμφωνίας, διότι περιμένει από την καταγγελλόμενη τη χρηματική απόδοση σε αυτόν του ποσοστού του τζίρου επί των πωλήσεων των προϊόντων της τελευταίας στα καταστήματα του κατά την περσινή χρονιά.*

951 *Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ […] μας ανέφερε ότι δεν μπορεί να προβεί σε συνεργασία, διότι ακόμη δεν είχε πάρει την απόδοση του από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Μάλιστα και στη φετινή διαπραγμάτευση μάς ανέφερε ότι είχε πάρει ένα ποσό προκαταβολικά και τα υπόλοιπα τα αναμένει σύντομα*».

952 Η […] αναφέρεται στην ως άνω ένορκη βεβαίωσή της της 14.3.2014 και στις ακόλουθες περιπτώσεις συμφωνιών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τελικά σημεία. Τα περιστατικά στα οποία αναφέρεται […] μάρτυρας της Μύθος έχουν έντονα στοιχεία αναδρομικότητας των παροχών, προκαταβολές και αδιαφάνεια όρων: «*Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ «* […]*» στο* […] *ανέφερε φέτος στον υφιστάμενο μου υπάλληλο της Εταιρίας κ.* […] *ότι έχει συμφωνήσει με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία να παίρνει* […]*% επιστροφή τζίρου.*

953 Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ « […]» στον […], αν και έχει συνεργασία μαζί μας, ανέφερε φέτος στον κ. […] ότι δέχθηκε πρόταση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με τους εξής όρους: (α) […]% επιστροφή τζίρου, (β) […]€ για κατασκευή τέντας και (γ) προσφορά κιβωτίων « […] δωρεάν» (στα βαρέλια).

954 (5) Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ « […]» στο […] ([…]) μου δήλωσε φέτος ότι σύναψε συμφωνία συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, επειδή του έδωσε προκαταβολικά […] δωρεάν βαρέλια (30lt) μάρκας ζύθου «Fischer».

955 (6) Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ « […]» στην […] αποκάλυψε φέτος στον κ. […] ότι έχει συνάψει συμ-

φωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με όρο την απόδοση ποσοστού έναντι του τζίρου πωλήσεών του, μέρος του οποίου πήρε ήδη προκαταβολικά και το υπόλοιπο κατά τη λήξη του έτους, χωρίς περαιτέρω να του αποκαλύψει το ύψος του εν λόγω ποσοστού[1060].

956 (7) Το τελικό σημείο καφέ-μπαρ « […]» στη […] αποκάλυψε φέτος στον υφιστάμενο μου υπάλληλο της Εταιρίας κ. […] ομοίως περί σύναψης συμφωνίας του με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με όρο την απόδοση ποσοστού έναντι του τζίρου πωλήσεων του, μέρος του οποίου πήρε ήδη προκαταβολικά και το υπόλοιπο κατά τη λήξη του έτους, χωρίς περαιτέρω να του αποκαλύψει το ύψος του εν λόγω ποσοστού.

957 (8) Ο κ. […], σε φετινή κρούση δική μου για πώληση των προϊόντων μας μού αρνήθηκε, διότι έχει συνάψει συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με όρους την απόδοση (α) κάποιου ποσού για την […] στο κατάστημά του και (β) ορισμένου ποσοστού επιστροφής τζίρου».

958 Τέλος, […] στην ως άνω ένορκη βεβαίωσή […] της 14.3.2014 αναφέρεται και σε ένα πρόσφατο περιστατικό που της αναφέρθηκε από πωλητή της ΑΖ σχετικά με τις μεθόδους που ακολουθεί η καταγγελλόμενη και για τους στόχους που θέτει στους πωλητές της και το οποίο προσιδιάζει σε αποθεματοποίηση και στα τελικά σημεία: *«θα ήθελα να καταθέσω την περίπτωση, που βίωσα προσφάτως σε συνέντευξη για πρόσληψη σε εργασία στην Εταιρία μας με πρώην πωλητή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τον* […]. *Ο συγκεκριμένος κύριος διαχειριζόταν τις πωλήσεις της καταγγελλόμενης στα καταστήματα τελικών σημείων στην περιοχή* […] *και μου ανέφερε ότι οι μηνιαίοι στόχοι που είχε ως πωλητής αγοράς ήταν οι εξής δύο: 1. […] 2. Στόχο «forward stock» όπως τον ονόμαζαν, που όμως ήταν στόχος μεριδίου* […]*% διότι έπρεπε στα* […] *καταστήματα που είχε υπό την εποπτεία του να διατηρεί «stock» επί της συνολικής μπύρας ανά τελικό σημείο* […]*% για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.* […]*»*[1061].

959 Κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας[1062] ο μάρτυρας της καθ' ης […] ερωτηθείς αναφορικά με τον όρο αυτό και για τη σημασία του για την καταγγελλόμενη επισήμανε ότι ο όρος αυτός σημαίνει για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία *«ότι σημαίνει για την παγκόσμια ορολογία των πωλήσεων […] Forward stock σημαίνει το διαθέσιμο για τον καταναλωτή stock στο τελικό σημείο»*. Στη δε ερώτηση για το εάν έθεταν στόχους forward stock στους πωλητές τους, ο […] απάντησε καταφατικά. Ο ισχυρισμός της καταγγελλόμενης ότι ο όρος αυτός δεν έχει καμία σχέση με το απόθεμα που διατηρεί η επιχείρηση στην αποθήκη της[1063] έρχεται, σε αντίθεση τόσο με την έννοια του 'forward stock' όσο και με τη δήλωση του ίδιου του […] κατά την ακροαματική διαδικασία σύμφωνα με την οποία *«το forward stock σου εξασφαλίζει ένα πράγμα, για να ξέρουμε και τι έχει από πίσω, ότι δεν θα μείνεις από μπύρα»*.

960 Επίσης, έτερα περιστατικά κατέθεσαν οι μάρτυρες της Μύθος […], και […], […] της καταγγέλλουσας, κατά την ακροαματική διαδικασία[1064]στην οποία εξετάσθηκαν ενόρκως.

[1060]Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία του ισχύοντος τιμοκαταλόγου όπου εμφαίνονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε την εποχή εκείνη το τελικό σημείο και τα οποία πράγματι ανήκουν στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη.

[1061]Βλ. σχετικό 9 στην από 14.3.2014 Προσθήκη-Αντίκρουση της Μύθος Ζυθοποιίας και σ. 26 επ. συμπληρωματικού υπομνήματος Μύθος Ζυθοποιίας της 18.06.2014.

[1062]Βλ. σχετικά απομαγνητοφωνημένα πρακτικά της 31ης Μαρτίου 2014 (18ης Συνεδρίασης).

[1063]Βλ. σχετικά παρ. 133 του από 18.6.2014 συμπληρωματικού υπομνήματος (μετά την ακρόαση) της καταγγελλόμενης.

[1064]Βλ. σχετικά απομαγνητοφωνημένα πρακτικά της 24ης Μαρτίου 2014 (17η Συνεδρίαση) για την ένορκη εξέταση […]

961 Ειδικότερα, […], […] , κατέθεσε μεταξύ άλλων[1065] τα ακόλουθα σχετικά με τις καταγγελλόμενες πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας:

962 Οι περιπτώσεις των τελικών σημείων […],[…],[…]και […] είναι σύμφωνα με την καταθέτουσα ακριβώς ίδιες. Σε όλα τα τελικά αυτά σημεία η […] προσπάθησε να κάνει συνεργασία με μεμονωμένους κωδικούς. Για παράδειγμα, στο τελικό σημείο […], η καταθέτουσα προσπάθησε να κάνει συνεργασία τοποθετώντας την Kaiser, χωρίς, ωστόσο, να τα καταφέρει καθώς η απάντηση του ιδιοκτήτη ήταν ότι *«Δεν ρισκάρω τόσα λεφτά που παίρνω για να βάλω άλλο προϊόν, πρέπει να έχω μόνο αυτά τα προϊόντα»*. Το σημείο αυτό έλαβε εκατοντάδες χιλιάδες ευρώ από την καταγγελλόμενη σύμφωνα με μαρτυρία του ίδιου του σημείου και σχετική επιβεβαίωση από το χονδρέμπορο που το προμήθευε, […]. Αντίστοιχη ήταν και η απάντηση προς την […] του […] (ιδιοκτήτη των προαναφερθέντων καταστημάτων […][1066],[…]). Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία των ισχυόντων τιμοκαταλόγων από τα τελικά σημεία […] όπου εμφαίνονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε την εποχή εκείνη το τελικό σημείο και τα οποία ανήκουν στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη.

963 Αναφορικά με το τελικό σημείο […] […] κατέθεσε κατά την ακροαματική διαδικασία[1067] ότι ενώ πρόσφατα δέχθηκε να συνεργαστεί με την καταγγέλλουσα, η συνεργασία δεν έχει ξεκινήσει (ο σχετικός διάλογος έγινε το Νοέμβριο 2013) καθώς το σημείο αυτό περιμένει να του αποδοθούν οι παροχές από τη συμφωνία την οποία είχε με την καταγγελλόμενη. Σε σχετική τηλεφωνική επικοινωνία η καταθέτουσα ενημερώθηκε ότι *«Μου είπαν ότι σε λίγο θα μου έχουν εκκαθαρίσει τη συμφωνία που μου είχαν και μόλις πάρω τα χρήματά μου να μπορέσω να συνεργαστώ μαζί σας»*. Στην από 28.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε το από 2.10.2013 αντίγραφο «Στατιστικής πωλήσεων ανά είδος» που εξέδωσε η χονδρεμπορική επιχείρηση « […]» η οποία προμηθεύει το σημείο αυτό, από την οποία προκύπτει ότι καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς 2012 το εν λόγω σημείο προμηθεύτηκε αποκλειστικά προϊόντα της καταγγελλόμενης.

964 Αναφορικά με το τελικό σημείο […] ο ιδιοκτήτης του καταστήματος ανέφερε στην καταθέτουσα ότι συγκεκριμένος χονδρέμπορος θα του έκανε καλύτερη έκπτωση εάν έκλεινε με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και θα του έδιναν και κάποια χρήματα πάλι για συμφωνία αποκλειστικότητας. Σύμφωνα με τη μαρτυρία, ο ιδιοκτήτης του […] μάλιστα επέδειξε στη μάρτυρα της καταγγέλλουσας την πρόταση της ΑΖ, επρόκειτο για […]. Σχετικά ο ιδιοκτήτης του τελικού σημείου ανέφερε στη μάρτυρα ότι ο χονδρέμπορος [[…]] που τον προμήθευε του δήλωσε ότι: […] και, συνεχίζει η μάρτυρας της Μύθος, του έδιναν και κάποια χρήματα πάλι για συμφωνία αποκλειστικότητας. Στο έγγραφο αυτό στο οποίο υπήρχε η προσφορά, η […] επισημαίνει ότι: «*δεν έγραφαν αποκλειστικότητα, έλεγαν όμως «μόνο για τα*

και πρακτικά της 24ης Μαρτίου 2014 (17η Συνεδρίαση) και της 31ης Μαρτίου 2014 (18η Συνεδρίαση) για την ένορκη εξέταση του […].

[1065] Σχετικά με τα περιστατικά […] και […] βλ. ανωτέρω.

[1066] Προεκτεθείσα αναφορά της καθ' ης για συμφωνία αποκλειστικότητας με την καθ' ης από το 2012 – αντίστοιχα για τα υπόλοιπα σημεία.

[1067] Το σημείο αναφέρεται και στο από 14.3.2014 υπόμνημα Προσθήκης - Αντίκρουσης της Μύθος Ζυθοποιία.

προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας» και είχε μία ανάλυση στην οποία έδειχνε […]»).

965 Αναφορικά με το τελικό σημείο […] η μάρτυρας της ΑΖ καταθέτει ότι προσπάθησε να ξεκινήσει συνεργασία το 2013. Μετά από τρεις μήνες, ωστόσο, την κάλεσαν και της είπαν *«δυστυχώς, επειδή έχουμε μία πολύ μεγάλη συνεργασία και είναι πάρα πολλά τα χρήματα που επενδύονται, δεν μπορούμε να συνεχίσουμε να έχουμε συνεργασία».* Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία του ισχύοντος τιμοκαταλόγου όπου αναγράφονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε την εποχή εκείνη το τελικό σημείο και τα οποία ανήκουν στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη.

966 Τέλος, σε σχέση με το τελικό σημείο […], παρά την προσέγγιση που έχει κάνει η καταγγέλλουσα για έναρξη συνεργασίας (μόνο με έναν ή δύο κωδικούς) τα τελευταία δύο χρόνια η απάντηση του σημείου ήταν η ίδια: *«δεν μπορώ αυτή τη στιγμή γιατί υπάρχει κάποιο υπόλοιπο που πρέπει να λάβω από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, μόλις λήξει ο τζίρος που έχουμε συμφωνήσει».* Στο ενδεχόμενο δε να μπει ένα σήμα της καταγγέλλουσας, η μπίρα Corona, χωρίς να βγει η Sol, η απάντηση του ιδιοκτήτη ήταν: *«Δεν μπορώ να ρισκάρω τόσα χρήματα, αντιλαμβάνεστε ότι μου τα δίνουν για να έχω μόνο τα προϊόντα τους».* Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία του ισχύοντος τιμοκαταλόγου όπου αναγράφονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε την εποχή εκείνη το τελικό σημείο και τα οποία ανήκουν στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη.

967 Περαιτέρω, ο […], […], κατέθεσε τα ακόλουθα σχετικά με τις καταγγελλόμενες πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας:

968 Αναφορικά με το café bar στην […] ο Διευθυντής της Μύθος κατέθεσε ότι έχει αποκλειστικότητα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και έχει λάβει ποσό […] χιλιάδων ευρώ. Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα προσκόμισε φωτογραφία του ισχύοντος τιμοκαταλόγου όπου αναγράφονται τα σήματα που εμπορευόταν και προωθούσε την εποχή εκείνη το τελικό σημείο και τα οποία ανήκουν πράγματι στο σύνολό τους στην καταγγελλόμενη. Το ίδιο ισχύει και με το café Bar στην […] για το οποίο αναφέρονται ανταλλάγματα […] χιλιάδων ευρώ και αποκλειστικότητα. Η παροχή την οποία δέχθηκε το σημείο αυτό από την καταγγελλόμενη έφτανε περίπου το [45-55]%-[55-65]% του τζίρου του καταστήματος για την περίοδο την οποία θα λειτουργούσε και ήταν τρεις φορές μεγαλύτερη από αυτήν την καταγγέλλουσας.

969 Αναφορικά με το καφενείο στην […] αναφέρεται ότι το 2012 το σημείο διακινούσε μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής, με εξαίρεση ένα ανταγωνιστικό προϊόν, την Kaiser. Το 2013 έγινε πρόταση για αποκλειστικότητα και βγήκε η Kaiser από το κατάστημα. Σύμφωνα με επικοινωνία του […] με τον πελάτη *«ήρθαν από εδώ, μου έκαναν μία συγκεκριμένη πρόταση να βγει και το δικό σας brand απέξω, για αποκλειστικότητα».* Για τη συμφωνία δε αυτή έλαβε το σημείο περίπου […] ευρώ.

970 Σύμφωνα με τη μαρτυρία, το beach bar στην […] απέρριψε πρόταση συνεργασίας με την καταγγέλλουσα, αφού πρώτα επικοινώνησε με την καταγγελλόμενη καθώς η πρόταση που δέχθηκε από τη δεύτερη ήταν μεγαλύτερη, οπότε συνέχισε τη συνεργασία με αυτή. Στην από 17.4.2014 επιστολή παροχής πρόσθετων στοιχείων με βάση το άρθρο 22 του Κανονισμού της Ε.Α. η καταγγέλλουσα

προσκόμισε αντίγραφο της καρτέλας πελάτη από το χονδρέμπορο […], σύμφωνα με την οποία προκύπτει ότι το τελικό σημείο προμηθεύτηκε κατά το 2012 […] κιβώτια προϊόντων της καταγγελλόμενης, καθώς και το σύνολο των σχετικών τιμολογίων από τον ως άνω χονδρέμπορο προς το σημείο αυτό κατά την ίδια περίοδο όπου ως προϊόντα ζύθου αναφέρονται αποκλειστικά τα προϊόντα της καταγγελλόμενης.

971 Το τελικό σημείο […] ήταν αποκλειστικός συνεργάτης της καταγγέλλουσας για τέσσερα χρόνια. Η πρόταση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία το 2014 δεν αφορούσε ρητή αποκλειστικότητα, καθώς, όμως, η καταγγελλόμενη γνώριζε τον όγκο των κιβωτίων και τον τζίρο που έκανε το σημείο, ζήτησε για στόχο πωλήσεων τον όγκο του μαγαζιού[1068].

972 Αναφορικά με τον ισχυρισμό της καταγγελλόμενης ότι αμφότεροι οι ως άνω μάρτυρες είχαν ελλιπή και αποσπασματική γνώση των εξεταζομένων γεγονότων της κρίσιμης περιόδου (1999-2013), καθώς προσελήφθησαν στην επιχείρηση της καταγγέλλουσας […] επισημαίνεται ότι οι μάρτυρες περιορίστηκαν σε περιστατικά για τα οποία είχαν ιδία γνώση, όλα αναγόμενα στη χρονική περίοδο κατά την οποία εργάζονται στην καταγγέλλουσα. Σε κάθε περίπτωση, όπως προεκτέθηκε, τα ως άνω αποδεικτικά στοιχεία συνδυάζονται και επαληθεύονται από πληθώρα συγκλινόντων, αξιόπιστων αποδεικτικών στοιχείων. Το δε αποδεικτικό υλικό σταθμίζεται με συνολική αξιολόγηση, στο πλαίσιο της οποίας συνεκτιμώνται όλα τα στοιχεία, αναλόγως της βαρύτητας και αξιοπιστίας τους προκειμένου να μορφωθεί άποψη περί της στοιχειοθέτησης της υπό εξέταση πρακτικής.

973 Τέλος, στο από 18.6.2014 συμπληρωματικό υπόμνημα (μετά την ακρόαση) η Μύθος Ζυθοποιία προσκόμισε και πρόσθετα αποδεικτικά στοιχεία αναφορικά με την ακολουθούμενη από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία πολιτική παροχής εκπτώσεων σε τελικά σημεία είτε […], είτε […] είτε […] με στόχο την απόσπαση των σημείων από τους ανταγωνιστές της και την ανάπτυξη σχέσεων αποκλειστικότητας ή de facto αποκλειστικότητας.

974 Αναφορικά με τα δωρεάν προϊόντα ο μηχανισμός απόδοσης αυτών των εκπτώσεων γίνεται σύμφωνα με την καταγγέλλουσα μέσω των χονδρεμπόρων με τους οποίους συνεργάζεται η καταγγελλόμενη, στους οποίους η τελευταία εκδίδει πιστωτικά σημειώματα με αναφορά των καταστημάτων στα οποία αφορά η κάθε δωρεάν παροχή. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης […] σε πίστωση της οποίας εκδόθηκαν σχετικά τιμολόγια. Στο τελευταίο από τα προσκομισθέντα τιμολόγια, […]. Αυτό σύμφωνα με την καταγγέλλουσα αποτελεί μια από τις κλασικές περιπτώσεις χορήγησης δωρεάν κιβωτίων σε χονδρέμπορο χωρίς άλλη αιτιολογία[1069]. Επομένως, η Μύθος εδώ κάνει αναφορά στην πρακτική απόδοσης παροχών έναντι έκδοσης τιμολογίων παροχής υπηρεσιών για προωθητικές ενέργειες οι οποίες δεν προκύπτει ότι έλαβαν χώρα και οι οποίες αναφέρονται συστηματικά στις ανωτέρω παροχές που αποδίδει η καθ' ης.

975 Περαιτέρω, η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρεται στην πρακτική των πωλητών της καταγγελλόμενης, οι οποίοι παρέχουν στοχευμένες εκπτώσεις απόσπασης για συγκεκριμένα καταστήματα. Αναφορικά με

[1068]Κατά τη διάρκεια της ακροαματικής, ωστόσο, εκκρεμούσε απάντηση του σημείου για το ποια προσφορά θα αποδεχόταν.

[1069]Βλ. σχετικό 4 στο από 18.6.2014 συμπληρωματικό υπόμνημα (μετά την ακρόαση) της Μύθος Ζυθοποιίας.

την πρακτική αυτή η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι ο πωλητής της καθ' ης […], εγχείρισε σε μεγάλη χονδρεμπορική επιχείρηση στο νησί ιδιόχειρο σημείωμα με τιμές δίπλα στα σήματα της ΑΖ (Amstel, Alfa και Heineken) και αμέσως από κάτω τους διακριτικούς τίτλους τελικών σημείων ή τα ονόματα των ιδιοκτητών τους και συγκεκριμένα: […]. Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα τα τελικά αυτά σημεία επιλέχθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επειδή συνεργάζονται επί μακρόν με την καταγγέλλουσα και με ορισμένα από αυτά όπως το […] του […] έχει συναφθεί ειδική συμφωνία με την καταγγέλλουσα για την προώθηση των σημάτων της. Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει στοχεύσει τα συγκεκριμένα καταστήματα -και έχει προσπαθήσει και άλλες φορές στο παρελθόν να τα προσεγγίσει- προσφέροντάς τους δελεαστικότατες και πέραν της εμπορικής της πολιτικής εκπτώσεις και επιδιώκει να τα αποσπάσει από τη συνεργασία τους με τη καταγγέλλουσα.

976 Στο από 18.6.2014 Συμπληρωματικό Υπόμνημα (μετά την ακρόαση) η Μύθος Ζυθοποιία επικαλείται ως μια ακόμα περίπτωση προσπάθειας απόσπασης τελικού σημείου με το οποίο είχε συνάψει συμφωνία, η οποία έλαβε χώρα λίγο μετά την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της Ε.Α., το κατάστημα […] ιδιοκτησίας της «[…]» στην […] με το οποίο η καταγγέλλουσα είχε συνάψει για το 2014 ετήσια συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας για την προώθηση και προβολή κατ' αποκλειστικότητα των προϊόντων της με συνολική αντιπαροχή […]€. Ο υπεύθυνος του εν λόγω καταστήματος δέχτηκε ωστόσο έγγραφη προσφορά λίγες εβδομάδες πριν την υποβολή του υπομνήματός της (18.06.2014) από τον αρμόδιο πωλητή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η οποία προσκομίσθηκε από την καταγγέλλουσα[1070]. Στην εν λόγω προσκομιζόμενη προσφορά, η ΑΖ αναφέρει: «[…]».

977 Κατά την καταγγέλλουσα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν αρκέστηκε στο να «καλύψει» το ποσό που έδινε η ίδια ως αντιπαροχή για τις παρεχόμενες υπηρεσίες αλλά πρόσφερε επιπλέον άλλο ένα ίσο ποσό για «*χορηγία για διαφημιστικά*», εκπτώσεις στην τιμή των προϊόντων […] και δωρεάν […] βαρέλια για κάθε αγορά […] προκειμένου να αποσπάσει το σημείο αυτό από τη Μύθος.

978 Τέλος, η καταγγέλλουσα προσκόμισε ορισμένα κουπόνια με τα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υλοποιεί την προωθητική της ενέργεια […] που διαφέρουν από αυτά που είχε κυκλοφορήσει κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας και στα οποία πλέον αναφέρεται ευθέως ότι […] [1071].

979 Η παράθεση των ως άνω περιστατικών που συνεχίζονται καθ' όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου δείχνει ότι η προσπάθεια της καθ' ης κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας να αποδείξει ότι αυτά «συνέβαιναν στο παρελθόν» και ότι η ίδια έχει αλλάξει τακτικές βρίσκεται σε αντίθεση με το σύνολο του αποδεικτικού υλικού. Η καθ' ης δεν σταμάτησε να εφαρμόζει τις εξεταζόμενες αντιανταγωνιστικές πρακτικές, και ιδίως να αξιώνει αποκλειστικότητα και να προβαίνει σε στοχευμένες παροχές προς το σκοπό του εκτοπισμού των προϊόντων των ανταγωνιστών της.

980 Ως προς την αξιολόγηση των ανωτέρω στοιχείων, όπως προεκτέθηκε, τα αποδεικτικά στοιχεία συνδυάζονται και επαληθεύονται από πληθώρα συγκλινόντων, αξιόπιστων αποδεικτικών στοιχείων, μεταξύ των οποίων και, κατά τα ανωτέρω σύγχρονες συμβάσεις λύσης των συμβάσεων διαφόρων

[1070]Σχετικό 9 του Συμπληρωματικού Υπομνήματος της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1071]Σχετικό 10 του Συμπληρωματικού Υπομνήματος της Μύθος Ζυθοποιίας.

τελικών σημείων με την καταγγέλλουσα λόγω στοχευμένων προσφορών της τελευταίας. Το αποδεικτικό υλικό σταθμίζεται με συνολική αξιολόγηση, στο πλαίσιο της οποίας συνεκτιμώνται όλα τα στοιχεία, αναλόγως της βαρύτητας και αξιοπιστίας τους προκειμένου να μορφωθεί άποψη περί της στοιχειοθέτησης της υπό εξέταση πρακτικής.

981 Εν προκειμένω, τα συλλεγέντα αποδεικτικά στοιχεία (μεταξύ των οποίων έγγραφες συμβάσεις περιέχουσες όρους αποκλειστικότητας καθώς και ιδιαίτερα υψηλής αποδεικτικής αξίας σύγχρονα εσωτερικά έγγραφα της καθ' ης αναφορικά με τις αποκλειστικότητες στα τελικά σημεία -αναφορές […]-, επαληθευθείσες μαρτυρίες των τελικών σημείων / πελατών της καθ' ης και των ανταγωνιστών της) συνιστούν αξιόπιστα αποδεικτικά μέσα για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης και αρκετά εξ αυτών έχουν συνταχθεί σε ανύποπτο, και σύγχρονο με τη διενέργεια των παραβατικών συμπεριφορών, χωρίς οι συντάκτες τους να είχαν την υποψία ότι θα έπεφταν στα χέρια τρίτων προσώπων ή των διωκτικών αρχών, και έχουν αυξημένη αποδεικτική αξία κατά στην οικεία ενότητα εκτιθέμενα. Σημειώνεται άλλωστε ότι, κατά πάγια νομολογία (Michelin I προεκτεθείσα, κ.ά., και, προσφάτως, απόφαση Ευρ. Επιτροπής στην υπόθεση Intel COMP/37.990, παρ. 939), ο μηχανισμός της επαύξησης της πίστης μπαίνει σε λειτουργία εφόσον υπάρχει σαφής κατανόηση για τον πελάτη ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση θα του χορηγήσει κάποιες παροχές εάν παραμείνει πιστός στη δεσπόζουσα επιχείρηση και δεν αγοράσει από τον ανταγωνισμό.

982 Επί της συγκεκριμένης πρακτικής της επιβολής αποκλειστικότητας με αντάλλαγμα τη χορήγηση παροχών, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισημαίνει[1072]: *«οι καταχρηστικές πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχουν εξελιχθεί με την πάροδο των ετών. Πράγματι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει σταδιακά περάσει από την επιβολή αποκλειστικότητας στους χονδρεμπόρους […] στο να επιβάλει ολοένα και περισσότερο την αποκλειστικότητα σε επιλεγμένα σημαντικά τελικά σημεία πώλησης […] Στο επίπεδο λιανικής, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεσμεύει τα τελικά σημεία πώλησης, προσφέροντας ειδικές εκπτώσεις (rebates), οικονομική βοήθεια για ανακαινίσεις ή διαφημιστικό υλικό με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα. Με άλλα λόγια, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποκτά την αποκλειστικότητα από τα Τελικά Σημεία Πώλησης, π.χ. bar, εστιατόρια, μπυραρίες ή σουβλατζίδικα με τη μορφή de facto αποκλειστικότητας: η Αθηναϊκή Ζυθοποιία "αγοράζει κατανάλωση" ή "χορηγεί" τα σημεία πώλησης μέσω της χορήγησης μετρητών, υψηλότερων εκπτώσεων, δωρεάν προϊόντων, δωρεάν υλικά, κτλ. με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα. Αυτές οι συμφωνίες γίνονται συχνά με τα πιο γνωστά και δημοφιλή σημεία πώλησης (τα λεγόμενα "eagle points")*[1073] *[…] Τα bar και τα club τα οποία βρίσκονται υπό τέτοια*

[1072]Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα ΖΜΘ. Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με τα λεγόμενα της εταιρίας, τα στοιχεία τα οποία παραθέτει στο 1ο Συμπληρωματικό Υπόμνημά της βασίζονται στα αποτελέσματα ιδιωτικής έρευνας που διεξήχθη από τους υπαλλήλους της με αναφορές περιστατικών (incidents reports) *«προσπαθώντας να διαπιστώσει σε ποια έκταση η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνέχιζε τις καταχρηστικές πρακτικές»*. Η εταιρία συμπερασματικά αναφέρει: *«[ο]ι πληροφορίες αυτές από την αγορά, δείχνουν ότι οι καταχρηστικές πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας συνεχίζουν […] υπάρχει πληθώρα επιχειρηματιών στην αγορά ζύθου (χονδρέμποροι, κάβες, ψητοπωλεία, σουπερμάρκετ, κτλ.) οι οποίοι παρέχουν πληροφορίες για πρόσφατες καταχρηστικές πρακτικές που έγιναν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ιδιαίτερα κατά το έτος 2012»*.

[1073]Διευκρινίζοντας το είδος των παροχών που χορηγεί η δεσπόζουσα εταιρία στο πλαίσιο της συγκεκριμένης πρακτικής, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει: *«[τ]α πλεονεκτήματα τα οποία μπορούν να δοθούν για την "αγορά πίστης" από τα τελικά σημεία πώλησης συμπεριλαμβάνουν πολλά και διαφορετικά πιθανά οφέλη: δωρεάν προϊόντα, ανάληψη του κόστους των DJ, δωρεάν ποτήρια, σουβέρ, πετσέτες, μηχανήματα χύμα μπύρας Heineken (beer dispensers), χορηγία*

"χορηγία" δεν έχουν κανένα κίνητρο να αγοράσουν ανταγωνιστικά σήματα μπύρας. Στην πραγματικότητα, περιορίζουν οι ίδιοι τον εαυτό τους από τέτοιες αγορές δεδομένου ότι γνωρίζουν ότι διατρέχουν τον κίνδυνο να χάσουν τα διάφορα πλεονεκτήματα και οφέλη τα οποία χορηγεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Είναι προφανές ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν θα διατηρούσε τα χρηματικά ποσά, τις εκπτώσεις και τα υπόλοιπα πλεονεκτήματα εφόσον δεν εξασφάλιζε την αποκλειστικότητα[1074] *[…] Τα αποτελέσματα της πολιτικής δέσμευσης των Τελικών Σημείων Πώλησης με την Αθηναϊκή Ζυθοποιίας είναι διπλά: i) η αποκλειστικότητα των Τελικών Σημείων Πώλησης, τα οποία πουλάνε μόνο προϊόντα Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και δεν προσφέρουν άλλες ποικιλίες μπύρας, και ii) ένας υψηλός βαθμός έμμεσης de facto δέσμευσης σε επίπεδο χονδρικής διότι ακόμη και όταν οι χονδρέμποροι δεν δεσμεύονται άμεσα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, οι πελάτες τους/Τελικά Σημεία Πώλησης τους ζητάνε να τους προμηθεύσουν προϊόντα Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε πολύ μεγάλες ποσότητες».*

983 Περαιτέρω, και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης παρέθεσε ορισμένες περιπτώσεις σημείων τελικής κατανάλωσης τα οποία οι υπάλληλοί της προσέγγισαν για συνεργασία χωρίς όμως επιτυχία, λόγω επιβολής αποκλειστικής διάθεσης προϊόντων μπίρας της δεσπόζουσας επιχείρησης, Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[…] ιδιοκτησίας […]

984 Σε δελτίο αναφοράς περιστατικού συνταχθέν κατά την […].2004 από τον πωλητή της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […][1075] αναφέρεται: *«[κ]ατόπιν τηλεφωνικής επικοινωνίας μου με τον* […] [ΣτΣ: ιδιοκτήτη του κυλικείου] *μου ανέφερε ότι στο* […] *δεν μπορούμε να μιλήσουμε για μπύρα διότι υπάρχει συμφωνητικό με υπογραφές και χρήματα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία».*

Ψητοπωλείο στο […]

985 Σε γραπτή δήλωσή του προς τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, με ημερομηνία […].2005, […], ιδιοκτήτης καταστήματος ψητοπωλείου στο […], αναφέρει[1076]: *«σε συνεννόηση που είχα κάνει με τον πωλητή της εταιρείας σας* [ΣτΣ: ενν. της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης] […], *εμφανίστηκε στο κατάστημά μου, σήμερα,* […]*2005 και ώρα* […], *αυτός και ένα φορτηγό σας, με όλα τα υλικά, καθώς και ο ψυκτικός* […], *για τοποθέτηση του ψυκτικού μηχανισμού της Μπύρας Βεργίνα. Από λάθος δικό μου όμως, δεν τηλεφώνησα εγκαίρως τον πωλητή της εταιρίας σας, για την ακύρωση της παραγγελίας μου, να τον ενημερώσω ότι δεν μπορώ να την δεκτό, επειδή μου απαγορεύει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. (Άμστελ)*

προωθητικών ενεργειών και εκδηλώσεων, διαφήμιση στο ραδιόφωνο, στολές εργαζομένων, κατάλογοι με σήμα, τασάκια, ψυγεία, τραπέζια, καρέκλες, ομπρέλες, υψηλότερες εκπτώσεις και τέλος, μετρητά χρήματα. Οι πληρωμές με μετρητά χρήματα γίνονται μερικές φορές σταδιακά κατά τη διάρκεια του έτους, εφόσον οι πραγματοποιηθείσες αγορές είναι κοντά στον αναμενόμενο αριθμό. Αυτό συνεπάγεται μία διαρκή πίεση κατά τη διάρκεια του έτους προς το σημείο πώλησης. Πιστεύεται ότι προσφορές αυτές είναι ετήσιες ή, σε σχέση με τα καλοκαιρινά bar και club, είναι εποχιακές».

[1074]Περαιτέρω, στο υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 Υπόμνημά της η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει: *«έχουμε λάβει γνώση του γεγονότος ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε εκπτώσεις υπολογιζόμενες σε ποσότητες πωληθείσες σε ετήσια βάση, οι οποίες σε ορισμένες περιπτώσεις προκαταβάλλονταν έναντι εγγυήσεων παρεχόμενων από τα σημεία πώλησης υπό τη μορφή λευκών επιταγών ίδιων ποσών με τις προκαταβληθείσες εκπτώσεις».*

[1075]Το έντυπο αυτό περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1076]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

να τοποθετήσω και άλλη μπύρα με ψυκτικό μηχανισμό στο κατάστημά μου».

986 « […]» εστιατόριο στην Αθήνα

987 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει σχετικά με το συγκεκριμένο σημείο[1077]: «[η] " […]" μία άλλη ταβέρνα στην Αθήνα, ομοίως αρνήθηκε οποιαδήποτε διερευνητική προσφορά να πουλήσει μπύρα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, διότι έχει αποκλειστικό συμβόλαιο με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, το οποίο λήγει τον Οκτώβριο του 2013»[1078, 1079].

988 Αναφορικά με […].

Περίπτωση καταστημάτων «[…]»

989 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει[1080] το 2013: «η […], Διευθύντρια Αγορών στην […] στη Θεσσαλονίκη, παραδέχθηκε ρητά και ανοικτά το 2012 ότι είχε αποκλειστική συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία».

990 Η ΑΖ, αναφορικά με την αναφορά της παρεμβαίνουσας ότι η […], Διευθύντρια Αγορών στην αλυσίδα

[1077]Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 Υπόμνημα ΖΜΘ.

[1078]Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισύναψε το δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο αφορά στο εν λόγω κατάστημα. Το δελτίο υπογράφεται από το […] της εν λόγω εταιρίας ζύθου, […] και φέρει ημερομηνία 19.03.2013. Στο πεδίο «ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΣΥΜΒΑΝΤΟΣ» αναφέρεται:
«Ο ΔΙΑΛΟΓΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΤΑΙ ΑΚΡΙΒΩΣ ΟΠΩΣ ΕΓΙΝΕ ΓΙΑΤΙ ΕΧΕΙ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΤΟ ΥΦΟΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΗ. ΕΜΕΙΣ: ΚΑΛΗΜΕΡΑ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΜΕ ΤΗΝ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ.
ΠΕΛΑΤΗΣ: ΕΧΟΥΜΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗ. ΔΕΝ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΒΑΛΟΥΜΕ ΑΛΛΕΣ ΜΠΥΡΕΣ. ΕΜΕΙΣ: ΕΑΝ Η ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΣ ΣΑΣ ΕΚΑΝΕ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΗ ... (ΔΕΝ ΜΑΣ ΑΦΗΣΕ ΝΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΟΥΜΕ)
ΠΕΛΑΤΗΣ: ΣΑΣ ΕΙΠΑ ΕΧΟΥΜΕ ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΜΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΙΑ. ΔΕΝ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΒΑΛΩ ΑΛΛΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ. ΚΑΤΑΛΑΒΑΤΕ?
ΕΜΕΙΣ: ΜΕ ΠΟΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΧΕΤΕ?
ΠΕΛΑΤΗΣ: ΑΘΗΝΑΪΚΗ. ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ΜΕΧΡΙ ΟΚΤ 2013. ΠΕΡΑΣΤΕ ΕΑΝ ΘΕΛΕΤΕ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΝΑ ΤΑ ΠΟΥΜΕ. ΑΝΤΙΟ ΣΑΣ».
Στο δελτίο αναφέρεται ως παρών στο περιστατικό ο […] ως Υπεύθυνος Καταστήματος.

[1079]Συναφώς επισημαίνεται και η αναφορά εκ μέρους της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης στην περίπτωση της καφετέριας – μπαρ στη […] στην περιοχή του […] (η οποία όπως προέκυψε από την έρευνα της Ε.Α. φέρει την επωνυμία «[…]») ιδιοκτησίας του […]. Συγκεκριμένα, σε έκθεση αναφοράς του […], εκ μέρους της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης η οποία υπογράφεται κατά την 21.09.2005 (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της εταιρίας), αναφέρεται σχετικά με τη δυνατότητα τοποθέτησης του σήματος «Βεργίνα»: *«[κ]ατά την επίσκεψή μου στην περιοχή […], στις 20-9-2005 διαπίστωσα ότι όλες οι καφετέριες έχουν και δουλεύουν την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. Σε συζητήσεις με τους καταστηματάρχες διαπίστωσα ότι την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων τους προσέφερε δώρα σε χρήμα και διάφορα μικροαντικείμενα. Από δήλωση ενός καταστηματάρχη […], μου ανέφερε ότι του προσέφερε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. το χρηματικό ποσό των […] ευρώ για τους Ολυμπιακούς Αγώνες 2004, για αγορά επίπλων και τεντών. Όταν τον ρώτησα εάν έχει συμβόλαιο με την ως άνω εταιρεία μου απήντησε όχι. Σε δεύτερη ερώτηση εάν μπορεί να βάλει μπύρα Βεργίνα σε βαρέλι ή σε φιάλη ήταν αρνητικώς προς το παρόν έως ότου ξεκαθαρίσει με την άλλη εταιρεία».* Αναφορικά με τη συγκεκριμένη περίπτωση, και όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1, το εν λόγω κατάστημα εμφανίζεται να μην διαθέτει αποκλειστικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά το 2010. Επισημαίνεται ότι κατά το έτος 2010 δεν κατέστη εφικτή η διενέργεια ελέγχου από στελέχη της Ε.Α. στο κατάστημα που βρίσκεται στη συγκεκριμένη διεύθυνση, λόγω απουσίας του νομίμου εκπροσώπου της επιχείρησης. Τα στελέχη της Ε.Α. διαπίστωσαν κατά την επιτόπου αυτοψία του χώρου ότι δεν προκύπτει αποκλειστική διάθεση εμπορικών σημάτων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, τουλάχιστον κατά τη δεδομένη περίοδο, δεδομένου ότι στον τιμοκατάλογο του καταστήματος περιλαμβάνονταν τα ακόλουθα προϊόντα ζύθου: […]. Επίσης, στο κατάστημα δεν παρατηρήθηκε σηματοποίηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αλλά μόνο διαφημιστικά sous verre των σημάτων της Carlsberg, Kaiser και Corona.

[1080]Στο υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημά της.

[…] στη Θεσσαλονίκη, παραδέχθηκε ρητά και ανοικτά το 2012 ότι είχε αποκλειστική συμφωνία με την ΑΖ, προσκόμισε το από 13.03.2013 απαντητικό ηλεκτρονικό μήνυμα της […] σε σχετικό ερώτημα υπαλλήλου της καταγγελλόμενης στο οποίο η […] τροποποιεί την ως άνω δήλωση αναφέροντας: *«Αξιότιμοι κύριοι. Προφανώς παρερμηνεύτηκε η δήλωση μου, εννοούσα ότι προμηθευόμαστε μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για δικούς μας επιχειρηματικούς λόγους και όχι υπό την έννοια ότι δεσμευόμαστε να προμηθευόμαστε μόνο από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Και τέλος η συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αφορά κατά βάση αμοιβές που γίνονται για προβολές στο κατάστημα (προβολή φιαλών πάνω στο bar). Να σας ενημερώσω ότι δεν υπήρξα ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΑΓΟΡΩΝ απλώς υπεύθυνη αποθήκης και αυτή τη στιγμή έχω αλλάξει είμαι ταμίας»*. Ωστόσο, για την αξιολόγηση του ως άνω απαντητικού ηλεκτρονικού μηνύματος συνεκτιμάται ότι στο e-mail που απευθύνθηκε στην […] από την καθ' ης γίνεται αναφορά στην πρόθεση της καταγγελλόμενης να χρησιμοποιήσει τη σχετική απάντηση στο πλαίσιο της εκδίκασης της παρούσας υπόθεσης, ενώ αντιθέτως η αρχική δήλωσή της την οποία ανακαλεί είχε συνταχθεί σε ανύποπτο, και σύγχρονο με τη διενέργεια των παραβατικών συμπεριφορών, χρόνο και έχει υπέρτερη αποδεικτική αξία.

991 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρεται επίσης, μεταξύ άλλων, στις περιπτώσεις των καταστημάτων « […]» και « […]» στην […], καθώς και εστιατορίων[1081] σε Αθήνα («[…]», « […]» και « […]») και Θεσσαλονίκη («[…]» και « […]», για το οποίο μάλιστα καταγγέλλεται ότι υφίσταται συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επί 11 χρόνια με αντάλλαγμα κάποιες παροχές). Ειδικότερα:

992 Σε σχέση με τις περιπτώσεις των τελικών σημείων « […]» και « […]» [1082] η ΖΜΘ αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει προσφέρει παροχές με αντάλλαγμα την αποκλειστικότητα και τις οποίες μάλιστα αναγκάζει να «*εκτρέπουν τις παραγγελίες τους σε προτιμώμενους χονδρεμπόρους, προφανώς για να ελέγχουν όντως ότι η υποχρέωση αποκλειστικότητας τηρείται*»[1083, 1084].

[1081] *Ibid.*

[1082] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο Συμπληρωματικό Υπόμνημα.

[1083] Η εταιρία επίσης αναφέρει: *«[α]κόμη και εάν η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μπορούσε να ισχυριστεί ότι αυτά τα Τελικά Σημεία Πώλησης "επιθυμούσαν" να έχουν μόνο ένα σήμα, δηλαδή σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, το γεγονός παραμένει ότι αυτά τα Τελικά Σημεία Πώλησης δεν έχουν κατ' αρχήν καμία οικονομική αιτιολογία ώστε να έχουν μόνο ένα σήμα: πράγματι, θα πρέπει να έχουν όσο το δυνατόν περισσότερα σήματα ώστε να καλύπτουν κάθε δυνητική ζήτηση από τους καταναλωτές. Όταν στα Τελικά Σημεία Πώλησης προσφέρεται αποκλειστικότητα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, έχουν την de facto εντύπωση ότι είναι αναγκασμένα να έχουν μόνο το σήμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η απόφαση τους δεν είναι ελεύθερη καθώς φοβούνται αντίποινα αν δεν ακολουθήσουν την πρόταση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Αλλά σε κάθε περίπτωση, κάθε δώρο ή κίνητρο που παρέχεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ή κάθε εκπτωτική πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία έχει ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα να ενθαρρύνει την αποκλειστικότητα και η οποία στερείται κάποια αντικειμενική οικονομική αποτελεσματικότητα, είναι παράνομη λαμβάνοντας υπόψη τη δεσπόζουσα θέση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*.

[1084] Σημειώνεται ότι, όπως επισημαίνει η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, πέρα από την προσφορά των προαναφερθεισών παροχών εν είδει εκπτώσεων, διαφημιστικού υλικού ή συμμετοχής στο κόστος υποδομής, επιβάλλει την αποκλειστικότητα και μέσω της υπόσχεσης πιστωτικών και χρηματοδοτικών διευκολύνσεων. Συγκεκριμένα, η εταιρία αναφέρει: *«[ε]πιπλέον, η αποκλειστικότητα επιβάλλεται μέσω διακριτικής μεταχείρισης συνιστάμενης σε παροχή μεγάλων πιστωτικών ορίων ή διαφοροποιημένων πιστωτικών ορίων ή μέσω επιβολής στόχων πωλήσεων (sales targets) για τις περιόδους αιχμής οι οποίες υπολογίζονται να λειτουργούν με τρόπο ώστε να εξασφαλίζουν ότι το κατάστημα ικανοποιεί όλες του τις ανάγκες σε μπύρα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η αποκλειστικότητα μπορεί επίσης να πάρει τη μορφή ειδικών προσφορών/συμφωνιών χρηματοδότησης με πληγείσα Τελικά Σημεία Πώλησης τα οποία*

993 Ακολούθως παρατίθενται έτερα τελικά σημεία τα οποία υπέδειξε η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ως παραδείγματα επιχειρήσεων που απολαμβάνουν παροχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με αντάλλαγμα την αποκλειστική προμήθεια των σημάτων ζύθου που διακινεί.

[…]

994 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει σχετικά με τον πολυχώρο εκδηλώσεων […][1085], ότι σύμφωνα με πληροφόρηση που είχε από την χονδρεμπορική επιχείρηση *« […]» «μία περίπτωση με πολλά χρήματα είναι το* […]*». Συγκεκριμένα στο έγγραφο αναφοράς περιστατικού που συνέταξε κατά την 13.11.2012* […] *της εν λόγω εταιρίας ζύθου αναφέρει σχετικά*[1086]*: «[σ]τη συνάντηση που είχαμε με τον* […] *κατά τη συζήτηση μας επισήμανε τα εξής: Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κλείνει συμφωνίες με συγκεκριμένα τελικά καταστήματα πληρώνοντας διάφορες κατασκευές, του καταστήματος, σε άλλες περιπτώσεις δίνει δωρεάν κιβώτια, ακόμη και μετρητά τα οποία είναι από 1.000,00 Ευρώ έως και 10.000,00 Ευρώ […] Επίσης, μας είπε ο* […] *πως μια περίπτωση με πολλά χρήματα είναι το* […]*. Έχει 3ετή συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με* […] *Ευρώ. Πιθανώς λέει πως ίσως κάνει αντιπροσφορά η Μύθος με* […] *Ευρώ».*

995 Η εταιρία « […]» προσκόμισε[1087] κατόπιν σχετικού αιτήματος της Ε.Α. τις από […]και […] συμβάσεις που έχει, πράγματι, υπογράψει με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1088], οι οποίες όριζαν ως διάρκεια ισχύος τις περιόδους […], αντίστοιχα. Στην πρώτη εκ των ανωτέρω συμβάσεων, προβλεπόταν η χορήγηση συνολικού ποσού ύψους […] κατά το διάστημα ισχύος της σύμβασης ως αμοιβή […][1089]. Στην από […] σύμβαση που ακολούθησε, η παροχή που προβλέπεται να καταβάλει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ως « […]»[1090][…] της στα καταστήματα της εταιρίας αθροίζει στο συνολικό ποσό των […][1091].

996 Σύμφωνα με τα αναλυτικά στοιχεία όγκου αγορών τα οποία προσκόμισε η εταιρία[1092] προκύπτει ότι το 2012, η εταιρία προμηθεύτηκε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σχεδόν αποκλειστικά, σε ποσοστό ύψους [95-100]%[1093]. Η αντίστοιχη αναλογία κατά το 2011 είναι επίσης πολύ υψηλή και εκτιμάται σε ποσοστό ύψους [75-85]% και μάλιστα συγκρινόμενη με το προηγούμενο έτος 2010 κατά το οποίο η […]δεν διέθετε προϊόντα της καθ΄ης. Όπως προκύπτει από τα υποβληθέντα στοιχεία, στις […] η εταιρία σύναψε σύμβαση συνεργασίας με την καθ' ης με έναρξη ισχύος στις […], στην οποία προβλεπόταν, όπως ήδη έχει αναφερθεί, η τιμολόγηση κατά τον πρώτο μήνα της σύμβασης ποσού […]

σε αντάλλαγμα διαπραγματευόμενων επεκτάσεων των χρεών τους προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, λαμβάνουν προϊόντα σε μεγάλη έκπτωση και σε ποσότητες που έχουν σχεδιαστεί όχι μόνο για την εξασφάλιση των εσόδων από τις πωλήσεις για την εξόφληση του χρέους, αλλά και για την εξασφάλιση ότι το Τελικό Σημείο Πώλησης προμηθεύεται στο όριο της ικανότητας/χωρητικότητάς του».

[1085] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο Συμπληρωματικό Υπόμνημα.

[1086] Το συγκεκριμένο έγγραφο επισυνάπτεται στο υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο Συμπληρωματικό Υπόμνημα.

[1087] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4622/06.06.13 υποβολή στοιχείων.

[1088] Η Ε.Α. στην υπ' αριθ. πρωτ. οικ. 4295/27.05.13 επιστολή παροχής στοιχείων είχε ζητήσει από την εταιρία να προσκομίσει το σύνολο των εν ισχύϊ συμβάσεων με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά το διάστημα των ετών 2001 – 2012. Η εταιρία στην απαντητική επιστολή της προσκόμισε […].

[1089] Συγκεκριμένα στη σύμβαση προβλέπεται: «[…]».

[1090] Συγκεκριμένα στη σύμβαση ορίζεται: […]».

[1091] Στη σύμβαση ορίζεται: «[…]».

[1092] Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 4622/06.06.13, 6792/04.09.13 και 8756/06.11.13 υποβολές στοιχείων (με περαιτέρω διευκρινιστικά στοιχεία).

[1093] Οι υπόλοιπες αγορές κατά το συγκεκριμένο έτος αφορούν στη μάρκα «[…]».

ως αμοιβή για την τοποθέτηση των σημάτων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα καταστήματά της, χωρίς η εταιρία να εμφανίζει ακόμη αγορές σημάτων ζύθου της καθ' ης.Η « […]» καθ' όλο το 2010 προμηθεύτηκε αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Μύθος Ζυθοποιίας.

997 Αναφορικά με την περίπτωση του πολυχώρου εκδηλώσεων […]η καθ' ης, στο υπόμνημά της της 04.03.2014[1094] ισχυρίζεται ότι πρόκειται για οι παροχές προς το τελικό σημείο αφορούν αποκλειστικά την λήψη υπηρεσιών προβολής και διαφήμισης και ότι η έλλειψη αποκλειστικότητας προκύπτει και από σχετική ρήτρα στα συμφωνητικά. Ωστόσο, οι σχετικοί ισχυρισμοί της ΑΖ, ενόψει όλων των περιστάσεων της περίπτωσης και των λοιπών συγκλινόντων στοιχείων, καθώς και για τους λόγους που αναλυτικώς προεκτέθηκαν στο οικείο σημείο είναι απορριπτέος ως αβάσιμος.

998 Το συμπέρασμα αυτό, ενισχύεται από το γεγονός ότι, όπως προκύπτει και απότον Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1 της Εισήγησης, πριν η καθ' ης αρχίσει τις παροχές προς το σημείο με ταυτόχρονη κατακόρυφη αύξηση του ποσοστού διάθεσης προϊόντων ΑΖ, τα έτη 2007-2009 δεν υπάρχουν ενδείξεις για αποκλειστική διάθεση των σημάτων της ΑΖ, και το 2010 η επιχείρηση δεν προμηθεύτηκε καθόλου σήματα της ΑΖ, ενώ το 2011, έτος ισχύος της πρώτης εκ των ανωτέρω συμβάσεων, το ποσοστό διάθεσης προϊόντων ΑΖ ανήλθε σε [75-85]% και το 2012 ανήλθε σε [95-100]%, επομένως, και βάσει όλων των περιστάσεων, προκύπτει η σύνδεση των παροχών από μέρους της δεσπόζουσας με την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της από το τελικό σημείο και τον σχεδόν απόλυτο αποκλεισμό άλλων σημάτων, παρά τους περί του αντιθέτου ισχυρισμούς της ΑΖ.

«[…]» εστιατόριο στην Αθήνα

999 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει σχετικά με το συγκεκριμένο σημείο[1095]: «[ο] υπεύθυνος του " […]", ενός εστιατορίου στην Αθήνα, μας εξήγησε απορρίπτοντας ευγενικά την διερευνητική προσφορά της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης το 2013 ότι δεν του επιτρεπόταν να πουλήσει προϊόντα που δεν άνηκαν στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την εξαίρεση της Kaiser (Μύθος), η οποία φαίνεται να είναι «ανεχτή» από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. […] Δήλωσε ότι το " […]" έχει μία προφορική συμφωνία κυρίων (κυριολεκτικά, ο υπεύθυνος του " […]" είπε ότι έδωσε "τον λόγο του") στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σύμφωνα με την οποία προσφέρει 5 σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και δεν πουλάει κανένα άλλο σήμα, με την εξαίρεση της Kaiser την οποία του "επιτρέπουν να έχει". Σε αντάλλαγμα αυτής της αποκλειστικότητας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία του προσέφερε εκπτώσεις, μία μεγάλη τέντα "ΑΛΦΑ" την οποία ο υπεύθυνος του " […]" τοποθέτησε στην πρόσοψη του μαγαζιού και καλύπτει ένα υπαίθριο χώρο καθισμάτων, αλλά επίσης και ένα ψυγείο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να εκθέτει μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας».

1000 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισύναψε το δελτίο αναφοράς περιστατικού της 27.02.2013 το οποίο αφορά στο εν λόγω κατάστημα και υπογράφεται από το […]. Εκεί καταγράφονται τα εξής: *«[τ]ην Τετάρτη 27-2-13 επισκεφτήκαμε το εστιατόριο* […]*στην οδό* […]. *Μιλήσαμε με τον υπεύθυνο του μαγαζιού ο οποίος είπε κατηγορηματικά ότι έχει συμφωνία (έχει δώσει το λόγο του) με την Αθηναϊκή, χωρίς να έχει υπογράψει κάτι, και του έχει κάνει τις τέντες δώρο (γράφουν μπύρα Άλφα) και έχει αναλάβει*

[1094] Παρ. 380 επ.

[1095] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα ΖΜΘ.

την "υποχρέωση" να έχει 5 μπύρες της και του επιτρέπουν να έχει και την Kaiser, και δεν ενδιαφέρεται για κάποια ενημέρωση από την εταιρεία μας».

«[…]» εστιατόριο στην Αθήνα

1001 Σε υπόμνημα που υπέβαλε η ΖΜΘ στην Επιτροπή στις 05.04.2013 αναφέρεται ότι[1096]: «[τ]ο εστιατόριο “ […]” στην Αθήνα, δήλωσε ότι είχε συμφωνία αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αντάλλαγμα εκπτώσεις και διαφημιστικά υλικά, π.χ. τέντες, καταλόγους και διαφημιστικά με φωτισμό νέον, και για τον λόγο αυτό δεν μπορούσε αυτή τη στιγμή να αγοράσει διαφορετικά σήματα». Στο συνημμένο σχετικό δελτίο αναφοράς περιστατικού ημερομηνίας 21.03.2013, το οποίο υπογράφεται από […] Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […] επισημαίνεται: «ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΕΙΝΑΙ ΕΝΕΡΓΟΠΟΙΗΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ. Η ΣΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ ΕΜΦΑΝΗΣ ΑΠΟ ΤΟ ΔΡΟΜΟ ΚΑΘΩΣ ΥΠΑΡΧΟΥΝ 12 ΦΩΤΕΙΝΑ ΣΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΕΞΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ: AMSTEL, KRUSOVIC, ERDINGER, HEINEKEN, FISCHER, ALFA, BIOS, BUCKLER, McFARLAND, CHIMAY, DUVEL, MORRETI. ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΔΟΥΛΕΥΕΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΚΑΙ ΓΙΑ ΑΥΤΗ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΒΑΛΕΙ ΑΛΛΗ ΜΠΥΡΑ ΤΟ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ΠΑΡΕΧΕΙ ΣΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗ, ΤΕΝΤΕΣ, ΚΑΤΑΛΟΓΟΥΣ ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΙΚΗ ΕΚΠΤΩΣΗ. ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΦΑΣΗ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΕ ΦΑΣΗ ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΗ ΠΕΡΙΟΔΟ. ΔΕΝ ΓΝΩΡΙΖΕΙ ΑΚΟΜΑ ΤΗΝ ΕΚΒΑΣΗ ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΚΤΟΣ ΣΕ ΝΕΕΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ».

«[…]» εστιατόριο στην Αθήνα

1002 Όπως αναφέρει η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1097]«η ταβέρνα “ […]” στην Αθήνα, δήλωσε ότι έχει αποκλειστική συμφωνία ενός έτους με την Amstel η οποία λήγει στο τέλος του Μαρτίου 2013, με αντάλλαγμα εκπτώσεις και διαφημιστικό υλικό (σουπλά, τέντες, ομπρέλες, καταλόγους, κτλ)». Ο υπεύθυνος μάλιστα του καταστήματος, […], δήλωσε στην εταιρία: «Η ΣΥΜΦΩΝΙΑ ΠΟΥ ΕΧΩ ΜΕ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΕΙΝΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ, ΕΙΝΑΙ ΚΑΛΗΓΙΑ ΜΕΝΑ. ΑΜΑ ΣΠΑΣΩ ΤΗΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΓΙΑ ΝΑ ΒΑΛΩ ΤΗ ΒΕΡΓΙΝΑ ΘΑ ΧΑΣΩ ΟΛΑ ΑΥΤΑ ΠΟΥ ΠΑΙΡΝΩ», «ΕΣΕΙΣ ΠΑΛΙ ΔΕΝ ΕΧΕΤΕ ΜΕΓΑΛΗ ΓΚΑΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ», «ΤΩΡΑ ΜΙΛΑΩ ΜΕ ΜΥΘΟ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΓΚΑΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΜΕ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΟΥΝ ΚΑΙ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ», «ΕΠΕΙΔΗ ΕΧΩ ΞΑΝΑΜΙΛΗΣΕΙ ΣΤΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ ΜΕ ΚΑΠΟΙΟΝ ΕΚΠΡΟΣΩΠΟ ΣΑΣ ΕΧΩ ΜΕΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΝΤΥΠΩΣΗ ΟΤΙ ΕΣΕΙΣ ΔΕΝ ΕΙΣΤΕ ΔΙΑΤΕΘΗΜΕΝΟΙ ΝΑ ΜΠΕΙΤΕ ΣΕ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ. ΕΑΝ ΕΧΕΙ ΑΛΛΑΞΕΙ ΚΑΤΙ ΑΠΟ ΤΟΤΕ ΚΑΙ ΣΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΕΙ ΤΟ EMAIL ΜΟΥ ΕΙΝΑΙ […] ΓΙΑ ΝΑ ΜΟΥ ΚΑΝΕΤΕ ΤΗΝ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΣΑΣ»[1098, 1099].

[1096] Βλ. σχετ. το υπ’ αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα ΖΜΘ.
[1097] Βλ. σχετ. το υπ’ αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα ΖΜΘ.
[1098] Οι δηλώσεις του […] καταγράφονται σε δελτίο αναφοράς περιστατικού του […] Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […], με ημερομηνία […].2013.
[1099] Παρομοίως, σύμφωνα με τα αναφερθέντα από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης (βλ. σχετ. το υπ’ αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα), *«[τ]ο εστιατόριο “[…] δήλωσε ότι έχει μία 15ετή συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αντάλλαγμα βοήθεια όταν είχε προβλήματα με τον εξωτερικό του χώρο, αναφέροντας ομπρέλες, αλλά ισχυρίστηκε ότι ήταν ανοιχτό στη διερεύνηση νέων συνεργασιών»*. Στο δελτίο αναφοράς περιστατικού […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας

«[…]» εστιατόριο – καφετέρια - μπαρ στη Θεσσαλονίκη

1003 Αναφορικά με το συγκεκριμένο κατάστημα η εταιρία ζύθου επισημαίνει[1100]: «[ό]ταν προσεγγίστηκε με διερευνητική προσφορά τον Μάρτιο του 2013 από την Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, ο υπεύθυνος […], ένα bar στη Θεσσαλονίκη, απέρριψε την προσφορά εξηγώντας ότι ξέρει πως ο ιδιοκτήτης έχει αποκλειστική σύμβαση με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αντάλλαγμα παροχές».

1004 Στο συνημμένο δελτίο αναφοράς του συγκεκριμένου περιστατικού που προσκόμισε η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης καταγράφεται ότι: «[τ]ην […]2013 και ώρα […] επισκεφθήκαμε το Εστιατόριο/καφετερία « […]». Ζητήσαμε από ένα σερβιτόρο να μιλήσουμε με τον υπεύθυνο και μας παρέπεμψε στον […]. Αφού γίνανε οι απαιτούμενες συστάσεις, ρωτώντας τον αν είναι ο υπεύθυνος, μας είπε ότι είναι ο υπεύθυνος εκείνη τη στιγμή στο μαγαζί. Στην ερώτηση μας αν θα ήθελε να βάλει την μπύρα μας, μας απάντησε ότι δεν γίνεται γιατί υπάρχει ήδη αποκλειστική σύμβαση με την Αθηναϊκή. Υπάρχουν κάποιες παροχές, και ότι συνεπάγεται από αυτό. Οι μπύρες που δουλεύουν είναι AMSTEL, HEINEKEN και ότι εισαγωγής διακινεί η Αθηναϊκή. Μας είπε ευγενικά ότι δεν μπορεί να κάνει κάτι, αυτή είναι η κατάσταση». Το εν λόγω δελτίο έχει συνταχθεί και υπογραφεί από το […] της εταιρίας […] και φέρει ημερομηνία […].2013. Επιπλέον, στο δελτίο αναφέρεται ως παρών στο περιστατικό ο […] ως υπεύθυνος πρωινής βάρδιας.

«[…]» καφετέρια στη Θεσσαλονίκη ιδιοκτησίας της «[…]»

1005 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει[1101] ότι η καφετέρια « […]» στη Θεσσαλονίκη απέρριψε το Μάρτιο του 2013 *«διερευνητική προσφορά»* της εν λόγω εταιρίας *λόγω της μακροχρόνιας υφιστάμενης σύμβαση αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία ισχύει 11 χρόνια με αντάλλαγμα κάποιες παροχές*[1102].

«[…]» ψητοπωλείο στη Θεσσαλονίκη

1006 Αναφορικά με το συγκεκριμένο κατάστημα, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισημαίνει[1103]: «[τ]ο […], ένα ψητοπωλείο απέναντι […] στη Θεσσαλονίκη ανέφερε ότι στην αρχή της λειτουργίας του την Άνοιξη του 2011, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία τους πρόσφερε μετρητά για να εξασφαλίσει αποκλειστικότητα και ότι αυτή η διευθέτηση έγινε με γραπτή συμφωνία».

[…]

1007 Σε έγγραφο αναφοράς περιστατικού συνταχθέν κατά την 18.05.2004 από τον πωλητή της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης[1104], […], επισημαίνεται ότι σε επαφή που είχε με τον υπεύθυνο του καταστήματος καφετέριας – creperie στον […], αυτός τον ενημέρωσε ότι *«προ εβδομάδος σε ραντεβού που είχε με την πωλήτρια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας,* […]*, του έκανε πρόταση να του φτιάξει οτιδήποτε χρειάζεται στο*

Θράκης, […], με ημερομηνία 19.03.2013 το οποίο αναφέρεται στο συγκεκριμένο κατάστημα καταγράφεται: «[…]».
[1100] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα ΖΜΘ.
[1101] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα.
[1102] Στο συνημμένο δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο έχει συντάξει και […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης με ημερομηνία 07.03.2013 επισημαίνεται: *[…] »*.
[1103] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα ΖΜΘ.
[1104] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων.

μαγαζί του μέσω της εταιρείας της προκειμένου να δουλεύει στο εξής αποκλειστικά τα προϊόντα αυτής (Αθηναϊκή Ζυθοποιία)». Ο πωλητής της εταιρίας επισημαίνει στο δελτίο αναφοράς ότι υπήρξε αποδοχή της πρότασης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εκ μέρους του καταστήματος για το οποίο αναφέρει ότι βρισκόταν σε φάση ανακαίνισης[1105].

Εστιατόριο […]στο […]

1008 Εξάλλου, στο υπ' αριθ. πρωτ. 1808/26.2.2014 υπόμνημά της η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρθηκε στην περίπτωση του εστιατόριου […] στο […] που εφοδιαζόταν Βεργίνα χωρίς διακοπή από το 2006. Τον Ιανουάριο του 2013 η διεύθυνση του καταστήματος ανέφερε στη παρεμβαίνουσα ότι θα διακόψει την αγορά της Βεργίνα, καθώς αυτό ήταν προϋπόθεση η οποία ετέθη από την καταγγελλόμενη για να εισέλθει σε συμφωνία αποκλειστικότητας με το […] σε αντάλλαγμα της επιδότησης της ανακαίνισης του καταστήματος. Ως μέρος της συμφωνίας, η καταγγελλομένη τους υποχρέωσε, επίσης, να αλλάξουν χονδρέμπορο προμηθευτή. Στο από 14.3.2014 υπόμνημα προσθήκης-αντίκρουσης η καταγγελλόμενη χαρακτηρίζει τον ισχυρισμό της παρεμβαίνουσας σχετικά με το τελικό αυτό σημείο ως αόριστο, γενικόλογο και ανεδαφικό χωρίς ωστόσο να προσκομίζει οποιοδήποτε αποδεικτικό στοιχείο αντίκρουσης.

[…] στο […]

1009 Στο από 18.6.2014 υπόμνημά της (μετά την ακρόαση) η παρεμβαίνουσα ανέφερε ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της καταγγελλόμενης συνεχιζόταν ως τότε. Προς επίρρωση του ισχυρισμού αυτού η ΖΜΘ επικαλέσθηκε πρόσφατη αναφορά περιστατικού από τους πωλητές της με ημερομηνία 26.03.2014, η οποία, όπως αναφέρει η ΖΜΘ, περιελάμβανε υπογεγραμμένη δήλωση του […], υπεύθυνου του εστιατορίου […] στο […], με την οποία επιβεβαιωνόταν ότι η επιχείρηση έλαβε το ποσό των €[…] το χρόνο από την καταγγελλόμενη προς εξασφάλιση συμφωνίας αποκλειστικότητας και ότι υφίστατο και συμβόλαιο το οποίο, ωστόσο, δεν επεδείχθη στους πωλητές της παρεμβαίνουσας. Σύμφωνα με την αναφορά της ΖΜΘ, ο […] ανέφερε επιπλέον προφορικά ότι η ως άνω συμφωνία έγινε αρχικά το 2013 και σκοπός της ήταν ρητώς ο αποκλεισμός της […] από τον κατάλογο του εστιατορίου.

1010 Προς ενίσχυση των ως άνω αναφορών της, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης παρέθεσε[1106] σχετικές μαρτυρίες (2012) από τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις […][1107],[…][1108],[…][1109],[…][1110],[…][1111],[…][1112],[…][1113],[…][1114] αλλά και από τις ακόλουθες «μικρές»

[1105]Συγκεκριμένα αναφέρει: «[…] *έχει δεχθεί την πρόταση αυτή, η οποία θα αρχίσει να υλοποιείται εντός λίγων ημερών. ΥΓ: Το συγκεκριμένο κατάστημα βρίσκεται σε φάση ανακαίνισης».*

[1106]Βλ. υπ' αρ. πρωτ. 2173/07.03.2013 υπόμνημα ΖΜΘ.

[1107]Συγκεκριμένα η εταιρία αναφέρει: […], *μία μεγάλη επιχείρηση από τον […]η οποία διανέμει μπύρα τόσο σε επίπεδο χονδρικής όσο και λιανικής, ισχυρίστηκε ότι το 2012 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χορήγησε υψηλότερες εκπτώσεις, ήταν χορηγός προωθητικών ενεργειών/εκδηλώσεων και περιστασιακά παρείχε πιστωτικά τιμολόγια σε bar, καφετέριες, εστιατόρια και club τα οποία συμφωνούσαν να δουλεύουν αποκλειστικά με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία».*

[1108]Αναλυτικότερα επισημαίνεται: *«[σ]ύμφωνα με την […]„ που είναι ένα μεσαίος προς μεγάλος χονδρέμπορος, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνέχισε να αγοράζει κατανάλωση το 2012 μέσω συμφωνιών αποκλειστικότητας τις οποίες έκανε με τα πιο δημοφιλή και επιφανή Τελικά Σημεία Πώλησης με αντάλλαγμα υψηλότερες εκπτώσεις, δώρα, μετρητά ή επιταγές τα οποία κυμαίνονται από €5.000 έως €50.000 ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης, τον τύπο της συμφωνίας».*

[1109]Όπως αναφέρει η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης για τη συγκεκριμένη εταιρία, την οποία κατατάσσει μεταξύ των πέντε μεγαλύτερων χονδρεμπόρων αλκοολούχων ποτών στην Αττική: *«η […] δήλωσε ότι το 2012, 99% των μεγαλύτερων*

κάβες οι οποίες δραστηριοποιούνται τόσο σε επίπεδο χονδρικής όσο και λιανικής: […][1115], […][1116],[…][1117],[…][1118],[…][1119], που, σύμφωνα με το σχόλιο της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, αναφέρονται στην πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας βάσει της οποίας η εταιρία, κατά το έτος 2012 κυρίως, εξασφαλίζει αποκλειστικότητα σε σημεία τελικής κατανάλωσης, μέσω της χορήγησης

Τελικών Σημείων Πώλησης έχουν συμφωνίες αποκλειστικότητας είτε με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ή την Μύθος, που συμπεριλαμβάνουν χιλιάδες ευρώ σε μετρητά, επιπρόσθετες εκπτώσεις, προσφορές προϊόντων και άλλα οφέλη. Κατά την άποψή του, οι τακτικές αυτές δεν επέτρεπαν σε μικρότερους παραγωγούς να ανταγωνιστούν την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και την Μύθος».

[1110]Κατά την εταιρία ζύθου Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης: […], *ένας μεγάλος χονδρέμπορος και εισαγωγέας ποτών ανέφερε ότι το 2012 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δέσμευε τα Τελικά Σημεία Πώλησης μέσω προσφορών και ωφελημάτων ή μέσω προωθητικών ενεργειών. Για παράδειγμα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα πληρώσει για την διαφήμιση των Τελικών Σημείων Πώλησης στο ραδιόφωνο ή για κάποια εκδήλωση, θα πληρώσει για τους καταλόγους ή θα προσφέρει εκπτώσεις και μετρητά για να εξασφαλίσει την αποκλειστικότητά του».* Η ΖΜΘ αναφέρει ότι σύμφωνα με τ[…] *«η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιτυγχάνει το μονοπώλιό της με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτρέπει στους ανταγωνιστές της να έχουν ένα ποσοστό 10% για να δημιουργήσουν λανθασμένη εντύπωση ανταγωνισμού».*

[1111]Για την εν λόγω εταιρία η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει: […] *ένας μεγάλος χονδρέμπορος* […], *ενημέρωσε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε πολλά χρήματα για να εισέλθει σε συγκεκριμένα καταστήματα HoReCa, κυρίως νυχτερινά καταστήματα (club) και bar και να κερδίσει αποκλειστική παρουσία σε αυτά. Η* […] *πρόσθεσε ότι οι μικρότεροι παραγωγοί είχαν δυσκολίες στο να επεκταθούν στην αγορά επειδή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε διεισδύσει στα περισσότερα κανάλια HoReCa και στα επιφανή καταστήματα (bar, club, κτλ.) δίνοντας τεράστια ποσά χρημάτων, καθιστώντας σχεδόν αδύνατο για τους μικρότερους παίκτες να ανταγωνισθούν».*

[1112]Κατά την εταιρία ζύθου: *«[η]* […] *, ένας από τους τρεις μεγαλύτερους χονδρεμπόρους της Αθήνας ([…]) τόνισε εξίσου τις τακτικές δέσμευσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας το 2012 με αντάλλαγμα δωρεάν προϊόντα, χορηγίες κτλ».*

[1113]Συγκεκριμένα η εταιρία επισημαίνει: […] *ένας μεσαίου μεγέθους χονδρέμπορος αλκοολούχων ποτών, δήλωσε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμπόδισε την είσοδο ανταγωνιστών στην αγορά και ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα αντιδρούσε με πολύ επιθετικό τρόπο προς κάθε είσοδο, ιδιαίτερα εάν το σήμα ανταγωνίζεται ευθέως με κάποιο σήμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ο χονδρέμπορος αυτός ανέφερε επίσης ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατάρτισε άγραφες συμφωνίες αποκλειστικότητας με τα πιο γνωστά Τελικά Σημεία Πώλησης με αντάλλαγμα τέντες, ομπρέλες, έπιπλα, διαφημιστικό υλικό (βάζα, παγωνιέρες, κτλ.)».*

[1114]Όπως αναφέρει η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, *«*[…] *, ένας*[…] *χονδρέμπορος ποτών στην Θεσσαλονίκη, δήλωσε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε συνάψει συμφωνίες αποκλειστικότητας με Τελικά Σημεία Πώλησης με αντάλλαγμα μετρητά του εύρους των € […]».*

[1115]Η εταιρία επισημαίνει για τη συγκεκριμένη επιχείρηση: […], *η οποία δραστηριοποιείται και ως χονδρέμπορος και ως έμπορος λιανικής, ανέφερε ομοίως ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ανέπτυξε ένα ευρύ δίκτυο πωλήσεων μέσω του οποίου κυριαρχεί στην αγορά και ότι το 2012 επένδυσε πολύ στο να προσφέρει μετρητά και εκπτώσεις προϊόντων σε Τελικά Σημεία Πώλησης και σε μεγάλες αλυσίδες σούπερμάρκετ προκειμένου να υπογράψει συμφωνίες αποκλειστικότητας μαζί τους».*

[1116]Για την εν λόγω κάβα, η εταιρία επισημαίνει: *«*[…] *κάβα που δραστηριοποιείται στους τομείς χονδρικής και λιανικής από το 1991, ισχυρίστηκε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι δυνατή και οργανωμένη όσο αναφορά τις συμφωνίες αποκλειστικότητας με Τελικά Σημεία Πώλησης με αντάλλαγμα επιπλέον εκπτώσεις, μετρητά, διαφημιστικά προϊόντα ή χορηγίες καταλόγων και προωθητικές εκδηλώσεις».*

[1117]Σύμφωνα με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, *«*[…] *δήλωσε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε συμφωνίες αποκλειστικότητας με Τελικά Σημεία Πώλησης, δεσμεύοντας ουσιαστικά τα σημεία αυτά με αντάλλαγμα χορηγίες, π.χ. χρήματα για προωθητικές εκδηλώσεις».*

[1118]Ομοίως, η εταιρία δηλώνει ότι σύμφωνα με τα λεγόμενα της συγκεκριμένης κάβας, *«η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσέφερε εκπτώσεις πίστεως (fidelity rebates) το 2012 βάσει των όγκων που πωλούνται τα προηγούμενα έτη, τις οποίες* […] *ονομάζει "ανταμοιβές" και ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε συμφωνίες αποκλειστικότητας για 1 με 2 έτη με Τελικά Σημεία Πώλησης προσφέροντας χορηγίες, δηλαδή, μετρητά και κάλυψη των εξόδων διαφόρων προωθητικών εκδηλώσεων, επιπλέον εκπτώσεις και επιπλέον προϊόντα».*

[1119]Όπως και στην περίπτωση της […] *«ενημέρωσε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και η Μύθος συνάπτουν συμφωνίες αποκλειστικότητας με τα πιο εμφανή και δημοφιλή Τελικά Σημεία Πώλησης, προσφέροντάς τους υψηλές εκπτώσεις και προσφορές προϊόντων. Με τον τρόπο αυτό, κατάφεραν να εξασφαλίσουν την αποκλειστικότητα, εμποδίζοντας τους χονδρεμπόρους ή άλλους παραγωγούς από το να πουλήσουν σε αυτά τα Τελικά Σημεία Πώλησης».*

εκπτώσεων και παροχών[1120].

1011 Πέραν των ανωτέρω, έτεροι εκπρόσωποι χονδρεμπορικών επιχειρήσεων είχαν σε αναφορές περί του ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χορηγούσε εκπτώσεις και διαφημιστικές παροχές σε καταστήματα τα οποία διακινούσαν τα δικά της σήματα ζύθου κατ' αποκλειστικότητα. Ο […], εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» η οποία είχε άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τη διάρκεια των ετών 1994 - 2002[1121] στην ένορκη κατάθεσή του ενώπιον των στελεχών της Ε.Α. που έλαβε χώρα στις […].2006, αναφέρει: *«* […]. Ο […] επιπλέον επισημαίνει: […][1122].

1012 Επίσης, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, σχετικά με την εφαρμογή εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας πρακτικής εκτοπισμού ανταγωνιστικών σημάτων από συγκεκριμένα σημεία τελικής κατανάλωσης μέσω δελεαστικών παροχών, παραθέτει την αναφορά της χονδρεμπορικής επιχείρησης […] επισημαίνοντας το 2013 ότι[1123]: *«η* […]*, που είναι ένας μεγάλος χονδρέμπορος στην Αττική, ανέφερε ότι το 2012 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στόχευε συνεχώς τους πελάτες της διότι αντιπροσωπεύουν έτοιμες ευκαιρίες για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αφού έχει ξοδέψει χρόνο και χρήματα για να προσεγγίσει κάποιο Τελικό Σημείο Πώλησης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνήθως εμφανίζεται και το αρπάζει μέσω συμφωνίας αποκλειστικότητας ακριβώς όταν η* […] *πρόκειται να κλείσει συμφωνία. Έτσι έγινε το 2008 όταν η* […] *είχε ένα Τελικό Σημείο Πώλησης στον Πειραιά με κατανάλωση* […] *βαρελιών το οποίο "άρπαξε" η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μέσω μίας συμφωνίας αποκλειστικότητας με αντάλλαγμα το ποσό των €* […]. *Παρομοίως, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άρπαξε τον πελάτη της* […]*, ο οποίος ήταν πελάτης για 6 χρόνια πουλώντας* […] *βαρέλια ανά έτος, μέσω 2ετούς συμφωνίας αποκλειστικότητας με αντάλλαγμα μετρητά και οικονομική βοήθεια για την ανακαίνιση. Σύμφωνα με τη* […]*, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία πλήρωσε €* […] *σε μετρητά και πιθανώς συνέβαλε επίσης και στην ανακαίνιση του* […] *έχασε ολοκληρωτικά τον πελάτη και δεν μπόρεσε να πουλήσει κανένα προϊόν στο* […] *έκτοτε. Πράγματι, από την στιγμή που τα Τελικά*

[1120]Επισημαίνεται ότι στα τελικά σημεία τα οποία προμηθεύονται προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω χονδρεμπορικής επιχείρησης, οι όροι της εμπορικής συμφωνίας καθορίζονται συχνά από την τελευταία (εξαίρεση αποτελούν οι περιπτώσεις στις οποίες οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις συμμετέχουν στο σχήμα προμήθειας επιχειρήσεων εκμετάλλευσης αλυσίδων καταστημάτων - key accounts- στις […] μέσω συνεργαζόμενων χονδρεμπόρων). Αυτό προκύπτει από σχετικές απαντήσεις εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας της Υπηρεσίας το 2007 στις οποίες παρείχαν διευκρινίσεις αναφορικά με το εάν οι συνεργασίες με τα τελικά σημεία βασίζονται σε συμφωνίες της χονδρεμπορικής επιχείρησης ή της εταιρίας ζύθου με το τελικό σημείο. Συγκεκριμένα, οι εκπρόσωποι των ερωτηθεισών επιχειρήσεων δήλωσαν τα ακόλουθα: *«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»),[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»), *«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»), *«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»), *«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»), *«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»),*«*[…]*»* (εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»). Στην περίπτωση των έμμεσων πωλήσεων, δηλαδή των πωλήσεων που πραγματοποιούν χονδρεμπορικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο εξυπηρέτησης κεντρικών συμφωνιών της καθ' ης, […].

[1121]Μετά το έτος 2002 η προμήθεια των προϊόντων της εν λόγω εταιρίας γίνεται μέσω τρίτων χονδρεμπόρων.

[1122]Και ο […] εκ μέρους της εταιρίας « […]», η οποία λειτουργούσε από το 1997 έως το 2003, στην από 07.07.2006 ένορκη κατάθεσή σε στελέχη της Ε.Α., αναφέρει σχετικά με τη χορήγηση διαφημιστικών παροχών σε καταστήματα τελικής κατανάλωσης μπίρας: *«Κατά 99%, τα σημεία που λάμβαναν τέτοιου είδους παροχές* [ΣτΣ: ενν. είτε χρηματικές είτε ποσοτικές παροχές (δωρεάν κιβώτια ή διαφημιστικό εξοπλισμό] *διακινούσαν αποκλειστικά εμπορικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*. Επίσης, ο […], εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή της […], αναφέρει σχετικά κατά την ένορκη κατάθεσή του ενώπιον στελεχών της Ε.Α. κατά την 03.08.2006: « […] *Τέτοιου είδους ενέργειες πραγματοποιούνταν μόνο σε τελικά σημεία πώλησης που εμπορεύονταν αποκλειστικά προϊόντα της εταιρίας»*.

[1123]Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα ΖΜΘ.

Σημεία Πώλησης δένονται με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατευθύνει τους χονδρεμπόρους στα Τελικά Σημεία Πώλησης».

Η άποψη της καθ' ης

1013 Η ΑΖ αρνείται τις ανωτέρω αναφορές. Συγκεκριμένα, ως προς την περίπτωση των […] η καθ' ης προσκόμισε κατά τη διάρκεια ακροαματικής διαδικασίας[1124] απαντητικό e-mail του […], υπευθύνου αγορών, με ημερομηνία 11.4.2014 ο οποίος διαψεύδει τους ισχυρισμούς της παρεμβαίνουσας. Ωστόσο, συνεκτιμάται ότι η διάψευση αποτελεί απάντηση σε σχετικό e-mail που εστάλη από την ΑΖ στο οποίο γίνεται αναφορά σε συγκεκριμένο χωρίο του υπομνήματος της παρεμβαίνουσας και παρατίθενται αυτούσιοι οι ισχυρισμοί της τελευταίας και σημειώνεται η πρόθεση της καθ' ης να υποβάλει τη σχετική απάντηση ενώπιον της Ε.Α.

1014 Αναφορικά με την περίπτωση του ξενοδοχείου […] η καταγγελλόμενη προσκόμισε[1125] το από […].2014 απαντητικό ηλεκτρονικό μήνυμα του […]σε σχετικό ερώτημα υπαλλήλου της καθ' ης με το οποίο διαψεύδεται ο ισχυρισμός της παρεμβαίνουσας. Η καταγγελλόμενη μάλιστα κατέθεσε κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας[1126] - την υπ' αριθ. […]/11.4.2014 ένορκη βεβαίωση του […] όπου διαψεύδονται τα όσα ισχυρίστηκε η παρεμβαίνουσα. Για την αξιολόγηση της ως άνω διάψευσης θα πρέπει, ωστόσο, να ληφθεί υπόψη ότι αυτή εδόθη κατόπιν σχετικής ενημέρωσης του υπαλλήλου της καταγγελλόμενης […]για τα όσα εμπεριέχονται στα σχετικά υπομνήματα της παρεμβαίνουσας και προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ενώπιον της Ε.Α. κατά τη διάρκεια της συζήτησης της υπόθεσης.

1015 Σε σχέση με το […]στην […], με το από […].2014 απαντητικό μήνυμα (e-mail) σε σχετικό ερώτημα υπαλλήλου της καταγγελλόμενης[1127] ο […].

1016 Αναφορικά με το […] η κ. […], συνιδιοκτήτρια της εταιρείας […] που διαχειρίζεται το εν λόγω κατάστημα, σε σχετική ερώτηση υπαλλήλου της καταγγελλόμενης, απάντησε με το από 12.03.2014 μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, διαψεύδοντας τους ισχυρισμούς της παρεμβαίνουσας ως εξής « […]».

1017 Προς αντίκρουση του ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας αναφορικά με το bar « […]» στη […] η καθ' ης προσκόμισε κατά τη διάρκεια ακροαματικής διαδικασίας[1128] απαντητικό e-mail με ημερομηνία […].2014 (από το οποίο, ωστόσο, δεν προκύπτει το όνομα του συντάκτη) με το οποίο διαψεύδει την αναφορά της παρεμβαίνουσας: « […]». Για την αξιολόγηση του ως άνω απαντητικού ηλεκτρονικού μηνύματος συνεκτιμάται και ότι εστάλη αρχικώς σχετικό e-mail από την καταγγελλόμενη στο οποίο επιπλέον σημειώνεται η πρόθεση της καταγγελλόμενης να υποβάλει τη σχετική απάντηση ενώπιον της Ε.Α. Περαιτέρω όμως, λαμβάνεται υπόψη ότι από τα ανωτέρω σήματα τα οποία ο συντάκτης επιβεβαιώνει ότι διατίθενται στο ως άνω τελικό σημείο [...]

[1124] Κατά την 22η Συνεδρίαση της 15.4.2014.

[1125] Αν δεν επισημαίνεται κάτι διαφορετικό, οι εδώ αναφορές διάψευσης είναι συνημμένες στο υπόμνημα ΑΖ [προσθήκης – αντίκρουσης επί του υπομνήματος της ΖΜΘ] της 14.03.2014.

[1126] Κατά την 22η Συνεδρίαση της 15.4.2014.

[1127] Αναφορά διάψευσης συνημμένη στο υπόμνημα ΑΖ [προσθήκης – αντίκρουσης επί του υπομνήματος της ΖΜΘ] της 14.03.2014 κατά τα ανωτέρω.

[1128] Κατά την 22η Συνεδρίαση της 15.4.2014.

1018 Στην ως άνω περίπτωση του εστιατορίου […] στην […]η καθ' ης δεν αντικρούει τα όσα ισχυρίζεται η παρεμβαίνουσα. Αντ' αυτού επικαλείται σχετικό απόσπασμα από το από δελτίο αναφοράς περιστατικού του υπαλλήλου της παρεμβαίνουσας […] με ημερομηνία […].2013 και […].

1019 Αναφορικά με την καφετέρια […] η καθ' ης προσκομίζει το από […].2014 απαντητικό ηλεκτρονικό μήνυμα του […], ο οποίος διαψεύδει το περιγραφόμενο περιστατικό και δηλώνει ότι […]. Ωστόσο, στο από […].2014 απαντητικό e-mail του […], ενός εκ των ιδιοκτητών της εν λόγω επιχείρησης και υπεύθυνου προμηθειών, ο τελευταίος […][1129].

1020 Σε σχέση με το εστιατόριο « […]» στην […] η καταγγελλόμενη δεν προσκομίζει κάποιο στοιχείο ή διάψευση, αλλά επικαλείται […].

1021 Αναφορικά με την ταβέρνα « […] (βλ. ανωτέρω), η καταγγελλόμενη δεν προσκομίζει κάποιο στοιχείο ή διάψευση αλλά απλώς αναφέρει[1130] ότι το […]. Ομοίως, αναφορικά με τα άλλα τελικά σημεία […] η καταγγελλόμενη δεν προσκομίζει νέα αποδεικτικά στοιχεία ή δηλώσεις διάψευσης. Η αντίκρουσή της επικεντρώνεται στο […]. Άλλωστε η ΖΜΘ επισημαίνει σχετικά ότι[1131]: […][1132].

1022 Αναφορικά με την ταβέρνα […] στην […] η καταγγελλόμενη προσκόμισε το από 13.03.2014 ηλεκτρονικό μήνυμα του κ. […] κατόπιν σχετικής ερώτησης υπαλλήλου της καταγγελλόμενης, με το οποίο διαψεύδει την ύπαρξη αποκλειστικότητας της τελευταίας με το σημείο αυτό.

1023 Σε κάθε περίπτωση, όπως εκτίθεται στην οικεία ενότητα, σημειώνεται αναφορικά με τις περιπτώσεις στις οποίες προκύπτουν ανταλλάγματα και παροχές που δελεάζουν το τελικό σημείο αλλά οι εκπρόσωποι των τελικών σημείων αναφέρουν ότι η καταγγελλόμενη δεν έχει επιβάλει σε αυτούς αποκλειστικότητα και ότι διαθέτουν προϊόντα της τελευταίας εθελουσίως, ότι μία δεσπόζουσα επιχείρηση η οποία δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της. Αυτό βεβαίως ισχύει ανεξαρτήτως του αν η εν λόγω αποκλειστικότητα συμφωνήθηκε χωρίς περαιτέρω παροχές ή σε αντάλλαγμα χορηγούμενης έκπτωσης. Η παρεμβαίνουσα επισημαίνει ότι η κατάχρηση συνίσταται στην αποκλειστικότητα και όχι στον τρόπο με τον οποίο η αποκλειστικότητα επιτυγχάνεται: αυτή μπορεί να ληφθεί μέσω πολλών διαφορετικών εμπορικών τακτικών, οι οποίες είναι λιγότερο ή περισσότερο φιλικές προς τον φορέα της αγοράς. Κανένας φορέας της αγοράς δεν επιθυμεί να περιοριστεί σχετικά με τα σήματα τα οποία μπορεί να πωλεί στο κοινό. Ο περιορισμός αυτός προκαλείται πάντοτε από την παροχή οικονομικών κινήτρων, τις κυρώσεις ή την πίεση που ασκείται από τη δεσπόζουσα επιχείρηση.

1024 Περαιτέρω, προς αντίκρουση του ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας ότι η […] της ανέφερε ότι […], η

[1129] Αναφορές συνημμένες στο υπόμνημα ΑΖ [προσθήκης – αντίκρουσης επί του υπομνήματος της ΖΜΘ] της 14.03.2014 κατά τα ανωτέρω.

[1130] Βλ. υπόμνημα ΑΖ [προσθήκης – αντίκρουσης επί του υπομνήματος της ΖΜΘ] της 14.03.2014.

[1131] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1132] Παρομοίως, η εταιρία επισύναψε το σχετικό δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο φέρει ημερομηνία […] και υπογράφεται από το […]».

ΑΖ προσκόμισε το από […].2014 απαντητικό e-mail του […] που διαψεύδει τον ως άνω ισχυρισμό.

1025 Η ΑΖ προσκομίζει[1133] διάψευση του […] για όσα η παρεμβαίνουσα αποδίδει ότι ισχυρίσθηκε η […] κάνει τη μνεία: […].

1026 Προς αντίκρουση του ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας σχετικά με την εταιρία […] η καθ' ης προσκόμισε το από […].2014 απαντητικό ηλεκτρονικό μήνυμα […].

1027 Προς αντίκρουση του ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας για την […], η καθ' ης προσκόμισε κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας[1134] απαντητικό e-mail του […] με ημερομηνία […].2014, ο οποίος δήλωσε « […]». Στο αρχικό e-mail που εστάλη από την καθ' ης παρατίθενται αυτούσιοι οι ισχυρισμοί της τελευταίας και σημειώνεται η πρόθεση της καταγγελλόμενης να υποβάλει τη σχετική απάντηση ενώπιον της Ε.Α.

1028 Ως προς την αναφορά της παρεμβαίνουσας για την […], η καταγγελλόμενη προσκόμισε την υπ' αριθ. […]/11.03.2014 ένορκη βεβαίωση του […], ο οποίος διαψεύδει ότι προέβη στην εν λόγω δήλωση. Για την αξιολόγηση της ως άνω ένορκης βεβαίωσης θα πρέπει, ωστόσο, να ληφθεί υπόψη ότι αυτή πρόκειται για εκ των υστέρων διάψευση που δόθηκε προκειμένου η καθ' ης να τη χρησιμοποιήσει στο πλαίσιο συζήτησης της παρούσας υπόθεσης.

1029 Προς αντίκρουση του ισχυρισμού της παρεμβαίνουσας σχετικά με […] η καταγγελλόμενη προσκόμισε την υπ' αριθ. […]/12.03.2014 ένορκη βεβαίωση […], ο οποίος δηλώνει ότι και ο ίδιος δεν έκανε ποτέ δήλωση με αντίστοιχο περιεχόμενο.

1030 Τέλος, αναφορικά με την κατάθεση του μάρτυρα της παρεμβαίνουσας […], κατά της διάρκεια της 16ης Συνεδρίασης της 21.3.2014 της Ε.Α., η καθ' ης ισχυρίζεται ότι τα περιστατικά τα οποία κατέθεσε είναι αναληθή και αβάσιμα και για την αντίκρουσή τους παραπέμπει στα ως άνω απαντητικά e-mails των εκπροσώπων των τελικών σημείων και στις προσκομισθείσες ένορκες βεβαιώσεις. Αναφορικά, δε, με το περιστατικό της […]η καταγγελλόμενη αντικρούει τις σχετικές αναφορές της παρεμβαίνουσας ως αναληθείς και δυσφημιστικές και […]. Στο από 18.6.2014 Συμπληρωματικό Υπόμνημά της (μετά την ακρόαση) η καθ' ης επισημαίνει αντιφάσεις στις οποίες ισχυρίζεται ότι υπέπεσε ο μάρτυρας […]. Σύμφωνα με την καθ' ης, η κατάθεση του […] διαψεύσθηκε πλήρως από την κατάθεση του κ. […] κατά την 21ης Συνεδρίαση της 14.4.2014 της Ε.Α.[1135]

1031 Για την αξιολόγηση όλων των ανωτέρω περιστατικών πρέπει να ληφθούν υπόψη οι προεκτεθείσες αρχές. Σταθμίζεται, εξάλλου, το γεγονός ότι οι περισσότερες αντικρούσεις που προσκομίσθηκαν είναι υπό μορφή απαντητικών e-mails, τα οποία ακολούθησαν σχετική επικοινωνία εκ μέρους της καταγγελλόμενης, στην οποία η τελευταία αφενός γνωστοποιούσε στα τελικά σημεία τους ισχυρισμούς της παρεμβαίνουσας και τους ζητούσε να επαληθεύσουν τα γεγονότα και αφετέρου τους ενημέρωνε σχετικά ότι προτίθεται να υποβάλει τις απαντήσεις στην Ε.Α. Στην περίπτωση των ενόρκων

[1133] Βλ. ομοίως υπόμνημα ΑΖ [προσθήκης – αντίκρουσης επί του υπομνήματος της ΖΜΘ] και σχετικά της 14.03.2014 κατά τα ανωτέρω.
[1134] Κατά την 22η Συνεδρίαση της 15.4.2014.
[1135] Επ' αυτού του περιστατικού βλ. αναλυτικότερα οικείο σημείο.

βεβαιώσεων, αντίστοιχα, οι τελευταίες εδόθησαν, όπως ρητά προκύπτει από το περιεχόμενό τους, προκειμένου να χρησιμοποιηθούν ενώπιον της Ε.Α. κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας της υπόθεσης και κατόπιν σχετικής ενημέρωσης από υπαλλήλους της καταγγελλόμενης για το περιεχόμενο των σχετικών ισχυρισμών της παρεμβαίνουσας. Η ενημέρωση από την καταγγελλόμενη γινόταν με σημαντικό βαθμό λεπτομέρειας, ώστε στις ως άνω ένορκες βεβαιώσεις περιέχονται οι αριθμοί πρωτοκόλλου ή η ημερομηνία υποβολής των υπομνημάτων της παρεμβαίνουσας καθώς και αυτούσια σχετικά χωρία με παραπομπές σε συγκεκριμένες σελίδες των ως άνω υπομνημάτων. Η ΖΜΘ επισημαίνει ότι το γεγονός της επεξήγησης του πλαισίου από την καταγγελλόμενη λειτουργεί ως μέσο άσκησης πίεσης στο φορέα της αγοράς και ότι ορθή θα ήταν η πραγματοποίηση ουδέτερων συνεντεύξεων άνευ αναφορών στο ευρύτερο πλαίσιο. Σε κάθε περίπτωση, σε σχέση με την αξιολόγηση των ανωτέρω στοιχείων, όπως προεκτέθηκε, τα αποδεικτικά στοιχεία συνδυάζονται και επαληθεύονται από πληθώρα συγκλινόντων, αξιόπιστων αποδεικτικών στοιχείων. Το αποδεικτικό υλικό σταθμίζεται με συνολική αξιολόγηση, στο πλαίσιο της οποίας συνεκτιμώνται όλα τα στοιχεία, αναλόγως της βαρύτητας και αξιοπιστίας τους προκειμένου να μορφωθεί άποψη περί της στοιχειοθέτησης της υπό εξέταση πρακτικής.

1032 Αποδεικνύεται, επομένως, βάσει των ανωτέρω, πέραν αμφιβολίας ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε εκπτώσεις και ποικίλες παροχές[1136] (τις οποίες συχνά κατηγοριοποιεί ως διαφημιστικές δαπάνες / δαπάνες προβολής προς τα επιμέρους κανάλια διανομής, καθώς και στη χορήγηση διαφημιστικού υλικού και σηματοποιημένου εξοπλισμού), οι οποίες όμως δίνονται υπό τον όρο και συνιστούν αντάλλαγμα για τη δέσμευση των πελατών της από υποχρέωση αποκλειστικότητας.

1033 Η άποψη της καθ' ης σχετικά με τον τρόπο και τα κριτήρια χορήγησης διαφημιστικών παροχών σε καταστήματα επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας, αποτυπώνεται σε δήλωσή της το 2005[1137]: « […]».

1034 Περαιτέρω, σύμφωνα με το […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […], το 2008[1138]: […]»[1139]. Αναφορικά δε με τα κριτήρια για το ύψος των παροχών αναγνωρίζει ότι για τα μεν key accounts δεν υπάρχουν συγκεκριμένα κριτήρια, για τα δε τελικά σημεία, αυτή εξαρτάται από την αντίληψη του πωλητή για την «αξία» του σημείου: […][1140] […] [1141][…].Σημαντική είναι η ομολογία του εν λόγω υψηλόβαθμου στελέχους της ΑΖ η αξία της παροχής συσχετίζεται με την αποκλειστικότητα[1142]: *«Οι*

[1136]Και δη χρηματικά ποσά, χρηματοδότηση ενεργειών διαφήμισης, εξωραϊσμού του καταστήματος ή αγοράς εξοπλισμού, π.χ. ψυγείων, καθισμάτων, τέντας, ομπρελών, είτε έκπτωση εν είδει δωρεάν προϊόντος, κυρίως για τα εμπορικά σήματα «[…]» και «[…]».

[1137]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων.

[1138]Απάντηση σε ερωτηματολόγιο που υπεβλήθη από την Ε.Α. στο πλαίσιο της διενέργειας επιτόπιας έρευνας στην εταιρία κατά την 21.07.2008.

[1139]Παρομοίως, σε εσωτερικό έγγραφο της εταιρίας με τίτλο «[…]». Το εν λόγω εσωτερικό έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη κατά την 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το ηλεκτρονικό αρχείο έχει ονομασία «[…]».

[1140]Εσωτερικά έγγραφα της εταιρίας του 2005 αναφέρουν […]. Αντίστοιχα έντυπα ελήφθησαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας για την περίοδο 2003-2005. Στα στοιχεία που συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά το […].

[1141]Επιπλέον, […] επισημαίνει: […]».

[1142]Ο […]αναφέρει αναλυτικά ως προς τους πελάτες της επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας: «[…].

αντισυμβαλλόμενοι είναι ελεύθεροι να τοποθετήσουν παράλληλα και προϊόντα και σήματα άλλων εταιριών. Μία τέτοια τοποθέτηση μειώνει εκ των πραγμάτων την αξία των παροχής του σημείου αλλά η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν αντιτίθεται σε τέτοιες τοποθετήσεις ούτε πιέζει για τη μη πραγματοποίησή τους».

1035 Επίσης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία το 2013 αναφορικά με τους όρους της εμπορικής πολιτικής της εταιρίας έναντι επιχειρήσεων επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας, αναγνωρίζει ότι[1143]:«[…]».

1036 Λαμβάνοντας υπόψιν των ανωτέρω αποδειχθέντων με πλήθος αξιόπιστων και συγκλινόντων αποδεικτικών στοιχείων, οι θέσεις αυτές της καθ΄ης περί μη ύπαρξης όρου αποκλειστικότητας σε σχέση με το πραγματικό της αποκλειστικής διάθεσης προϊόντων ζύθου της ΑΖ δεν μπορούν να γίνουν δεκτές, ενώ σημαντικές κρίνονται οι παραδοχές των εκπροσώπων της ΑΖ που επισημάνθηκαν ανωτέρω.

Περιστατικά στόχευσης και επιδίωξης εκτοπισμού ανταγωνιστών μέσω δελεαστικών παροχών εκ μέρους της καθ' ης

1037 Επιπρόσθετα σε σχέση με όσα αναφέρθηκαν στην προηγούμενη ενότητα που αφορούν στην παροχή εκπτώσεων από την καθ' ης με αντάλλαγμα την αποκλειστική διάθεση των σημάτων της, στην παρούσα ενότητα παρατίθενται οι πρακτικές τις οποίες μετέρχεται η καθ' ης και ανάγονται σε χορήγηση δελεαστικών παροχών ή εν γένει καλύτερων συναλλακτικών όρων σε τελικά σημεία, προκειμένου να εκτοπίσει και να αποκλείσει ανταγωνιστικά σήματα. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, πέραν του ότι πλειοδοτεί σε όρους εμπορικών εκπτώσεων και παροχών ενόψει ενδεχόμενης σύναψης συμφωνίας μεταξύ της επιχείρησης με ανταγωνίστρια προμηθεύτρια, με επιδίωξη την αποκλειστικότητα ή τον εκτοπισμό συγκεκριμένου ανταγωνιστή της, παροτρύνει επίσης τα τελικά σημεία για απομάκρυνση ανταγωνιστικών σημάτων έναντι της προσφοράς δελεαστικών παροχών διαφόρων τύπων.

1038 Με βάση τα ανωτέρω, στοιχειοθετούνται περιστατικά αποτροπής της επικείμενης συνεργασίας τελικών σημείων με ανταγωνιστές της, βάσει πλειοδοτικών προσφορών εκ μέρους της καθ' ης, και επιβολής από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία της διακοπής υφιστάμενων σχέσεων συνεργασίας των τελικών σημείων με ανταγωνιστές της, μέσω πλειοδοτικών προσφορών εκ μέρους της καθ' ης.

α) Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας

1039 Η καταγγέλλουσα επισημαίνει για την καθ' ης ότι[1144]: «ειδικά όταν επιχειρεί να "αποσπάσει" δικούς μας πελάτες (ακόμα και εάν δεν ανήκουν στα λεγόμενα "prestige accounts") η Αθηναϊκή προβαίνει σε πλειοδοτικές προσφορές συνήθως με τη μορφή καταβολής του κόστους κατασκευής ειδικών εγκαταστάσεων ή της αγοράς παγίων ή της προσφοράς με τη μορφή χρησιδανείου παγίων (π.χ. ψυγεία) που δεν υπερβαίνουν κατά τι τις δικές μας παροχές, αλλά, δεδομένης της μεσοσταθμικά μεγάλης διαφοράς τιμής μεταξύ των προϊόντων μας ("Heineken" και "Μύθος") που φθάνει σε ποσοστό […]%, η σχετική προσφορά της οφείλει να καλύπτει ή να πλησιάζει και αυτήν τη διαφορά[1145]. […] Είναι λοιπόν

[1143]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6210/05.08.13 υποβολή στοιχείων.
[1144]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8573/08.12.08 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.
[1145]Η καταγγέλλουσα διευκρινίζει: *«[μ]ε άλλα λόγια, όταν η Αθηναϊκή προσεγγίζει ένα τελικό σημείο με στόχο αγορών* […] *κιβωτίων αξίας* […] *που έχει ήδη συνάψει σχετική σύμβαση με την εταιρία μας με αντιπαροχή ύψους* […] *δεν φθάνει να*

προφανές ότι η Αθηναϊκή προβαίνει σε μεγαλύτερες παροχές προς τα σημεία για να τα δελεάσει και να τα πείσει να αθετήσουν τις υποχρεώσεις τους».

1040 Περαιτέρω, η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της[1146] εντοπίζει την εφαρμογή της ως άνω πρακτικής πλειοδοτικών προσφορών εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και σε περιπτώσεις κατά τις οποίες η τελευταία επιδιώκει να διατηρήσει υφιστάμενες συνεργασίες με επιχειρήσεις εκμετάλλευσης καταστημάτων επιτόπιας κατανάλωσης ώστε να αποτρέψει ενδεχόμενη «εκτροπή» προμήθειας από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα η εταιρία αναφέρει: *«σε όλες σχεδόν τις περιπτώσεις που η ΑΘΗΝΑΪΚΗ πληροφορηθεί ότι κάποιος πελάτης/συνεργάτης της (υφιστάμενος ή και μετά τη λήξη της διάρκειας συνεργασίας τους) βρίσκεται σε επαφές ή διαπραγματεύσεις για την αγορά των δικών μας προϊόντων ή την έναρξη στενότερης συνεργασίας με την Εταιρία μας σπεύδει μεταξύ άλλων να αυξήσει τις σχετικές προσφορές (είτε εκείνες που μέχρι τότε του παρείχε είτε να υπερβεί τη δική μας εκάστοτε προσφορά) για να "κρατήσει τον πελάτη"».* Ως παραδείγματα, η καταγγέλλουσα ανέφερε την περίπτωση της καφετέριας «[…]» στο […], που ήδη έχει αναλυθεί ανωτέρω, του […], καθώς και καταστημάτων στα […] και στην παραλία του […]. Επιπλέον, η εταιρία αναφέρθηκε στην περίπτωση […], στο πλαίσιο της διοργάνωσης του οποίου η Μύθος Ζυθοποιία έδωσε προσφορά έκπτωσης ίση με […] επί της αξίας του τιμολογίου που αναγνωρίστηκε από τους υπεύθυνους ως η καλύτερη έως εκείνη τη στιγμή *«πλην όμως αφού την γνωστοποίησαν στην ΑΘΗΝΑΪΚΗ η τελευταία προχώρησε σε επιπλέον χαμηλότερες τιμές»*. Η συγκεκριμένη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναφέρεται σε άλλο σημείο της καταγγελίας ως ένα από τα ενδεικτικά παραδείγματα ύπαρξης όρου αποκλειστικότητας.

1041 Ακολούθως παρατίθενται σχετικές περιπτώσεις επιχειρήσεων στις οποίες προκύπτει η εφαρμογή της πρακτικής δελεαστικών προσφορών εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για αποκλεισμό των ανταγωνιστών, με βάση τα όσα εκθέτει η καταγγέλλουσα εταιρία.

« […] **μπαρ στο** […] **ιδιοκτησίας** […]

1042 Σύμφωνα με την ένορκη κατάθεση του […] που προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία[1147], στις […].03.2006 συμφωνήθηκε μεταξύ του πωλητή της Μύθος Ζυθοποιίας, […], και των ιδιοκτητών του καταστήματος […], να αναπτύξουν στο κατάστημά τους περαιτέρω τη συνεργασία για τα προϊόντα «Μύθος» και «Foster΄s». Συγκεκριμένα ο μάρτυρας αναφέρει: *«με το ξεκίνημα της τουριστικής περιόδου (είναι εποχιακό κατάστημα), συνεργαστήκαμε πολύ καλά με αποτέλεσμα με τις πρώτες του αγορές να έχει καταναλώσει […] κιβώτια ΜΥΘΟΣ ([…] από ότι όλο το έτος 2005). Ξαφνικά και μετά από επίσκεψη των ανθρώπων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ενημέρωσε τον πωλητή της εταιρίας μας […] ότι θα σταματήσει την πώληση των προϊόντων της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και θα δουλέψει με τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (ALPHA και HEINEKEN) γιατί του δίνει πολύ μεγαλύτερη παροχή. Η παροχή, όπως είπε ο πελάτης στον […] θα του δοθεί σε δωρεάν εμπόρευμα […] – εκτιμούμε […]€)»*[1148].

προσφέρει απλώς μία μονάδα παραπάνω καθώς το κόστος απόκτησης της ίδιας ποσότητας "Heineken" που φθάνει τις […] "εξανεμίζει" το οποίο κέρδος του από τη συμφωνία αυτή».

[1146] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

[1147] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1148] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007

Εστιατόριο στο […] ιδιοκτησίας της επιχείρησης […]

1043 Ο ίδιος υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], αναφέρει στην ως άνω ένορκη κατάθεσή του ότι, ενώ η επιχείρηση […] που διατηρεί ταβέρνα στην […] είχε συμφωνήσει τον […] του 2006 με τον υπάλληλο της καταγγέλλουσας, […], για την τοποθέτηση ψύκτη και βαρελιού της μπίρας «Μύθος», *«έπειτα από παρέμβαση στελέχους της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ το κατάστημα τοποθέτησε ψύκτη με προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ γιατί είχε πολύ μεγαλύτερη παροχή. Συγκεκριμένα του δόθηκε παροχή με αγορά 10 βαρελιών μπύρας ΑΛΦΑ + 2 άνευ αξίας».*

«[…]» καφετέρια-μπαρ στο […] ιδιοκτησίας της «[…]»

1044 Στην ως άνω ένορκη κατάθεσή του ο […] αναφέρεται στην εταιρία « […]» που διατηρεί καφετέρια – μπαρ με την ονομασία « […]» στο […] η οποία αρνήθηκε το […]του 2006 πρόταση για συνεργασία της Μύθος Ζυθοποιίας λόγω συμφωνίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Συγκεκριμένα, ο καταθέτων επισημαίνει: *«σε εμπορική πρόταση του πωλητή της* […] *για συνεργασία στα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ και ενώ σύμφωνα με τα λεγόμενά του ο πελάτης επρόκειτο να του απαντήσει θετικά αρνήθηκε τη συνεργασία. Την επομένη έμαθε από τον* […] *που τον τροφοδοτεί (*[…]*) ότι είναι φυσιολογική η άρνησή του γιατί έγινε συμφωνία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ που του αποδίδει* […]». Η Έρευνα της Υπηρεσίας επιβεβαίωσε ότι η Αθηναϊκή κατέβαλε στο εν λόγω κατάστημα […] το έτος 2005 για «[...]» και « […]» και […] το έτος 2006 για «[...]»[1149].

Εστιατόριο στη […] ιδιοκτησίας […]

1045 Όπως αναφέρει ο […] στην ένορκη κατάθεσή του, τον […] του 2006, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έφτιαξε στολές […] για το προσωπικό εστιατορίου που διατηρεί η επιχείρηση της […] στην […], προκειμένου να τοποθετήσει μπίρα «[…]» με αποτέλεσμα η ιδιοκτησία του εστιατορίου να αρνηθεί πρόταση που είχε υποβάλει η Μύθος Ζυθοποιία, μέσω της […], για συνεργασία.

«[…]» εστιατόριο στη […] ιδιοκτησίας της […]

1046 Όπως αναφέρει ο […] στην ένορκη κατάθεσή του[1150], «[τ]ο κατάστημα […] με την επωνυμία […], εστιατόριο στην περιοχή […], είχε συμφωνήσει με την πωλήτρια της ΜΥΘΟΣ […] να συνεργασθεί μαζί μας σε ΜΥΘΟ και μάλιστα είχαν από κοινού συμφωνήσει να τοποθετηθεί ψυκτικός μηχανισμός για βαρέλι ΜΥΘΟΣ» όμως «[μ]ετά από παρέμβαση των ανθρώπων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας το

(βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας […] (λογαριασμός [...]») αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) αντιστοιχεί στον πελάτη «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (στον ίδιο λογαριασμό) αντιστοιχεί στον πελάτη με την ίδια επωνυμία και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (στον ίδιο λογαριασμό) αντιστοιχεί στον πελάτη με την ίδια επωνυμία.

[1149] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ’ αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]» αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», ποσό αξίας […] (ίδιος λογαριασμός) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]») αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», ενώ β) για το έτος 2006, ποσό αξίας […] (λογαριασμός [...]» αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

[1150] Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

κατάστημα ανακοίνωσε στην […] ότι έχει πολύ μεγαλύτερη παροχή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και έτσι δεν θα δουλέψει καθόλου με τα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ». Μάλιστα «όπως δήλωσε στην […] η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα πλήρωνε για το κατάστημα τιμολόγιο για αγορά […] αξίας € […]». Η Έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέβαλε στην εν λόγω επιχείρηση το 2006 […] ως «[...]»[1151, 1152].

β) Αναφορές της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

«[…]» καφετέρια – μπαρ στην […] ιδιοκτησίας […]

1047 Σε έντυπο αναφοράς περιστατικού ημερομηνίας […].2005 το οποίο προσκόμισε στην Ε.Α. η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1153], βεβαιώνεται εκ μέρους του ιδιοκτήτη της καφετέριας – μπαρ στην […] με την επωνυμία […], ότι υπάλληλος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας του πρότεινε να τοποθετήσει βαρελίσια μπίρα μάρκας «Amstel» ή «Heineken» υπό την απαραίτητη προϋπόθεση του εκτοπισμού του ανταγωνιστικού προϊόντος Βεργίνα, λέγοντας «*αν δεχθείς να συνεργαστούμε θα πρέπει να βγάλεις τη Βεργίνα από το μαγαζί*» . Ο εκπρόσωπος του καταστήματος απάντησε αρνητικά εφόσον ήταν ικανοποιημένος από τη συνεργασία με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης η οποία του έκανε πολύ καλή προσφορά, παρότι ο υπάλληλος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είπε ότι *«είμαι διατεθιμένος να σου φέρω από τους ωραιότερους μηχανισμούς για βαρελίσια μπύρα Amstel ή Heineken που υπάρχουν στ*[…]*, αρκεί να βγάλεις τη Βεργίνα έξω από το μαγαζί»,* δηλαδή με την απαραίτητη προϋπόθεση της διακοπής διακίνησης της μπίρας «Βεργίνα». Στο δελτίο μάλιστα αναφέρεται: *«[φ]εύγοντας* [ΣτΣ: ενν. ο υπάλληλος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας] *μου είπε ότι θα ξαναπεράσει από το μαγαζί μου, να το ξανασκεφτώ και αν αποφασίσω θετικά, είναι διατεθειμένος να μου κάνει πολλά περισσότερα (προσφορές) από ότι κάνει η Βεργίνα σε μένα»*[1154].

[1151]Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζεται για το έτος 2006 να αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός […]), καθώς και στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]).

[1152]Πέραν των ως άνω περιπτώσεων, στις ένορκες καταθέσεις των υπαλλήλων της καταγγέλλουσας που προσκόμισε η τελευταία, αναφέρονται δύο περιπτώσεις επιχειρήσεων στις οποίες η προσπάθεια εκτοπισμού των σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας από την πλευρά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεν απέδωσε. Συγκεκριμένα, ο […] στην ως άνω υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του που υπέβαλε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία με την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων αναφέρει: *«[σ]την επιχείρηση* […] *που διατηρεί στην* […] *με την ονομασία* […] *το 2006 η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ τοποθέτησε ψυγείο AMSTEL που διαθέτει αποκλειστικά τα προϊόντα της και πρόσφερε χρηματική προσφορά στο κατάστημα για να σταματήσει να συνεργάζεται με τη ΜΥΘΟΣ πράγμα που δεν έγινε δεκτό από το κατάστημα»*. Επιπλέον, ο […] στην προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του που υπέβαλε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στην ίδια υποβολή στοιχείων επισημαίνει αντίστοιχα: *«[σ]τις 20 Ιουνίου 2007 πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ πήγαν στον πελάτη* […]*, στο* […]*, και του πρότειναν να αντικαταστήσει τον ψύκτη Μύθο (κατανάλωση* […]*) με αντίστοιχο Heineken δίνοντάς του παροχή […] και επιπλέον του πρότειναν ότι αν σταματούσε να πουλάει Μύθο στο κατάστημά του θα του έδιναν και* […]*€*[…]*. Το συγκεκριμένο γεγονός έγινε γνωστό μετά από επί τόπου επίσκεψη του* […] *της Εταιρίας στην περιοχή* […] *στο κατάστημα. Το κατάστημα συνεχίζει και πουλάει Μύθο βαρέλι, Μύθο και Kaiser φιάλη 500ml, για το οποίο όμως αναγκάστηκε η Εταιρία να δώσει παροχή στα προϊόντα της ΜΥΘΟΣ* […]». Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται να αντιστοιχούν στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]), β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (ίδιος λογαριασμός) και γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας […] (ίδιος λογαριασμός).

[1153]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων.

[1154]Αναλυτικότερα, στο δελτίο το οποίο έχει συντάξει ο […] και υπογράφει και ο ιδιοκτήτης του εν λόγω καταστήματος,

1048 Πέρα από την ως άνω περίπτωση, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης παραθέτει το 2013[1155] σχετική αναφορά που δέχθηκε από την χονδρεμπορική επιχείρηση « […]», η οποία σύμφωνα είναι κατά την εν λόγω εταιρία *«ένας από τους* […] *μεγαλύτερους χονδρεμπόρους αλκοολούχων ποτών στην Αττική η οποία λειτουργεί επίσης και* […] *σε λιανικό επίπεδο»*. Αναλυτικότερα, η « […]», *«ανέφερε ότι όταν ένα μικρότερος παραγωγός κατάφερνε να εισέλθει σε ένα Τελικό Σημείο Πώλησης, οι πωλητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας το πλησίαζαν και προσέφεραν στον ιδιοκτήτη επιπλέον οφέλη (επιπλέον δωρεάν προϊόντα, επιπλέον εκπτώσεις, κτλ.) ώστε να αποκλείσουν τον μικρό παραγωγό από το Τελικό Σημείο Πώλησης»*.

Επιβολή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία της διακοπής υφιστάμενων σχέσεων συνεργασίας των τελικών σημείων με ανταγωνίστριες επιχειρήσεις

α) Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας

«[…]» εστιατόριο – μπαρ […] ιδιοκτησίας […]

1049 Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], στην ένορκη κατάθεσή του[1156], αναφέρεται στην περίπτωση του εστιατορίου – μπαρ με την ονομασία « […]» στη […], ο ιδιοκτήτης του οποίου, […], έλαβε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία €[…] *«για να βγάλει τον ψύκτη της ΜΥΘΟΣ και να τοποθετήσει τον* […] *του 2006 μπύρα ΖΟΡΜΠΑΣ»*. Μάλιστα, όπως επισημαίνει ο καταθέτων: *«[σ]την* […] [ΣτΣ: πωλήτρια της Μύθος Ζυθοποιίας] *απάντησε ο πελάτης ότι πήρε τα χρήματα και δε μπορεί να συνεργαστεί με τη ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ»*.

«[…]» εστιατόριο – μπαρ στη […] ιδιοκτησίας της […]

1050 Στην ένορκη κατάθεσή του ο υπάλληλος της καταγγέλλουσας, […][1157], επισημαίνει σχετικά με το συγκεκριμένο κατάστημα: *«[σ]την επιχειρηματία* […] *που διατηρεί Εστιατόριο με την ονομασία* […] *τον* […] *2006 η πωλήτρια της ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ* […] *έκανε πρόταση για ψύκτη ΜΥΘΟΣ αλλά μετά από παρέμβαση της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ δεν έγινε δεκτή η πρόταση γιατί η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ αγόρασε ομπρέλες καθίσματα και κατασκεύασε πάγκο για την τοποθέτηση βαρέλι ALPHA. Έπειτα από αυτά σταμάτησε να δουλεύει και ΜΥΘΟΣ φιάλη που μέχρι τότε δούλευε»*.Η έρευνα της Υπηρεσίας έδειξε ότι το εν λόγω κατάστημα έλαβε το έτος 2005 δωρεάν διαφημιστικό υλικό αξίας €[…], ενώ την επόμενη χρονιά δηλαδή το 2006, έτος που κατά τη Μύθος Ζυθοποιία το εν λόγω σημείο διέκοψε τη διάθεση των προϊόντων της, έλαβε από την ΑΖ €[…] για «*[...]*»[1158].

«[…]» μπαρ στη […] ιδιοκτησίας […]

[…], αναφέρεται: *«[...]»*.

1155 Βλ. σχετ. το υπ’ αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα ΖΜΘ.

1156 Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

1157 Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

1158 Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]») αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]» και ποσό αξίας […] (στον ίδιο λογαριασμό) στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», καθώς και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]» αντιστοιχεί στον πελάτη με την ίδια επωνυμία, ενώ γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

1051 Όπως αναφέρει ο υπάλληλος της Μύθος στην ένορκη κατάθεσή του[1159] ο […], επιχειρηματίας που διατηρεί στη […] το μπαρ με την ονομασία « […]» *«έλαβε την […] του 2006 από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ για την κατασκευή πέργκολας ποσό […] € και αναγκάστηκε να βγάλει το ΜΥΘΟ και τη FOSTER΄S που δούλευε μέχρι τότε και προωθούσε»*. Η έρευνα της Υπηρεσίας κατέδειξε ότι στο συγκεκριμένο κατάστημα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέβαλε το 2007 €[…] για *«[...]»* και *«[...]»*, ποσό πολύ μεγαλύτερο, σε κάθε περίπτωση, από αυτά που ελάμβανε από την καθ' ης τα προηγούμενα έτη[1160].

[…]ιδιοκτησίας του […]

1052 Σύμφωνα με την κατάθεση του […][1161], ο ιδιοκτήτης του καταστήματος […], διέθετε μέχρι και τον […] του 2006 τη μπίρα «Μύθος» σε μη αποκλειστική βάση (λαμβάνοντας ως απευθείας παροχή απευθείας από την εταιρία και πέραν της έκπτωσης που του χορηγούσε ο προμηθευτής χονδρέμπορος, […]). Ωστόσο, όπως αναφέρεται στην κατάθεση: *«μετά τον […] του 2006 σταμάτησε να συνεργάζεται μαζί μας και απέκλεισε την μπύρα Μύθος, διότι όπως είπε αναγκάστηκε να μας "βγάλει" μετά από συμφωνία με την ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ η οποία περιελάμβανε παροχή ύψους […]% από τον χονδρέμπορο, με την προϋπόθεση όμως να πουλάει τη μπύρα Άλφα και όχι Μύθο»*.

«[…]» καφετέρια στη […] ιδιοκτησίας […]

1053 Ο […] στην κατάθεσή[1162] του αναφέρεται στην καφετέρια « […]» στη […], ιδιοκτησίας […], το οποίο διέθετε το έτος […], βαρέλι «Foster's» και φιάλη «Μύθος» και «Kaiser». Ωστόσο *«[μ]ετά από πρόταση της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ στο κατάστημα και συμμετέχοντας στο κόστος ανακαίνισης του καταστήματος (τραπέζια, καρέκλες, κλπ) με ποσό […] ευρώ, όπως μας ενημέρωσε ο ιδιοκτήτης ([…]), έγινε αντικατάσταση της Foster's με Heineken βαρέλι και σταμάτησε και η διάθεση της Μύθος σε φιάλη»*.

«[…]» καφετέρια στην […] ιδιοκτησίας της «[…]»

1054 Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεσή του που προσκόμισε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα[1163], αναφερόμενος στην *«επίθεση που εξαπέλυσε»* η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στα τουριστικά καταστήματα της […], στο πλαίσιο *«της "χορηγίας" της Heineken στη διοργάνωση του τελικού πρωταθλητριών Ευρώπης (Champions League Final)»* επισήμανε την περίπτωση του

[1159] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1160] Σύμφωνα με τα αναλυτικά οικονομικά στοιχεία που έχει προσκομίσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τα έτη 2005 – 2007 (βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων), εμφανίζονται τα ακόλουθα ποσά: α) για το έτος 2005, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) αντιστοιχεί στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», β) για το έτος 2006, ποσό αξίας €[…] (ίδιος λογαριασμός) αντιστοιχεί στον πελάτη με την ίδια επωνυμία, ποσό αξίας €[…] (στον ίδιο λογαριασμό) στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», καθώς και ποσό αξίας €[…] (στον ίδιο λογαριασμό) στον πελάτη με την επωνυμία «[…]», ενώ γ) για το έτος 2007, ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) και ποσό αξίας €[…] (λογαριασμός [...]) αντιστοιχούν στον πελάτη με την επωνυμία «[…]».

[1161] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1162] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […].

[1163] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1000 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

καταστήματος «[…]»: *«[μ]ε το κατάστημα αυτό συνεργαζόμασταν από τον Αύγουστο 2004 διαθέτοντας την μπύρα μας ΜΥΘΟΣ και είχαμε μάλιστα τοποθετήσει και ομπρέλες της Εταιρίας μας με τα σήματά μας. Στο πρώτο* […] *2007 και ενώ οι ομπρέλες και όλα τα λοιπά διαφημιστικά μας βρίσκονταν επί τόπου, ανακοινώθηκε από τον* […] *φορέα του καταστήματος στον εκπρόσωπο της εταιρίας μας* […], *η διακοπή της συνεργασίας μαζί μας και η συνέχιση της συνεργασίας του με την ΑΘΗΝΑΪΚΗ καθώς η τελευταία του πρόσφερε:* […]».

«[…]» μπαρ στη […]ιδιοκτησίας του […]

1055 Κατά την καταγγέλλουσα, το μπαρ « […]» στη […] διέκοψε την προμήθεια της μπίρας Μύθος από το 2007 μετά από πρόταση της καθ' ης που είχε ως όρο ειδικά τον αποκλεισμό των εν λόγω προϊόντων. Ο υπάλληλος της καταγγέλλουσας, […] στην ένορκη κατάθεσή του[1164] αναφέρει: *«[μ]ε την έναρξη της σαιζόν* […] *είχα συμφωνήσει με το κατάστημα να συνεχίζει να προμηθεύεται την μπύρα μας Μύθος(πρόβλεψη* […] *κιβ - σύνολο καταναλώσεων* […] *κιβώτια το χρόνο) όπως έκανε και κατά το 2006. Ενώ η συνεργασία μας συνεχιζόταν ομαλά στη συνέχεια σταμάτησε. Ο λόγος ήταν* ο *αποκλεισμός των προϊόντων μας μετά από πρόταση που δέχθηκε από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ, όπως μας ανέφερε ο ιδιοκτήτης κος* […], *χωρίς όμως να γίνουν γνωστές οι παροχές που προσφέρθηκαν. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η πρόταση της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ είχε στόχο μόνο τη μπύρα Μύθος, δεδομένου ότι στο σημείο συνεχίζουν να διατίθενται άλλα προϊόντα όπως bud, stella, corona. Επιπλέον πρέπει να σημειωθεί ότι υφίσταται χορηγία της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ με το προϊόν Amstel Pulse, στην έκδοση* […].

1056 Υπενθυμίζεται ότι σε αντίστοιχη μαρτυρία προβαίνει και έτερη ανταγωνίστρια της καθ' ης ([…]), σύμφωνα με την οποία τα καταστήματα « […]» και « […]» είναι σημεία αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1165].

«[…]» καταστήματα στην […]

1057 Ο […] στην ένορκη κατάθεσή του που υπέβαλε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία[1166], αναφέρεται σε μία «επιθετική» προωθητική εκστρατεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία έλαβε χώρα σε καταστήματα της […] το καλοκαίρι του 2007 με στόχο την τοποθέτηση της μπίρας «Άλφα». Συγκεκριμένα ο καταθέτων επισημαίνει: *«[κ]ατά το μήνα* […] *2007* […], *τμήμα πωλήσεων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ αποτελούμενο από* […], *κυριολεκτικά "σκούπισαν" ολόκληρο* […] *με κύριο στόχο την τοποθέτηση της μπύρας Άλφα. Η παροχή που προσέφεραν για να δελεάσουν τα τελικά σημεία ήταν για κάθε αγορά* […], *πάντοτε με την προϋπόθεση της "απομάκρυνσης" της ΜΥΘΟΣ. Αποτέλεσμα, κυρίως καταστήματα φαγητού (ταβέρνες, εστιατόρια κλπ) να προβούν σε παραγγελίες σε πολλαπλάσια των* […] *για να απολαύσουν των παροχή και έκτοτε να προωθούν τη μπύρα Άλφα αντί για Μύθο που μέχρι τότε προωθούσαν ως Ελληνική μπύρα. Ενδεικτικά αναφέρουμε τα καταστήματα* […], *όπως εξάλλου επιβεβαιώθηκε και από τους καταστηματάρχες κατά την επίσκεψη της Πωλήτριας της ομάδας μου* […]».

[1164] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.
[1165] Μαρτυρίες στελεχών της […] στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας που διεξήχθη στην εταιρία κατά το 2012.
[1166] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […].

«[…]» εστιατόριο στο […]

1058 Μία επιπλέον περίπτωση προσφοράς εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δελεαστικής πρότασης για τον αποκλεισμό και την αντικατάσταση της μπίρας «Μύθος» από την «Άλφα» επισημαίνεται και στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […][1167]. Πιο συγκεκριμένα, ο καταθέτων αναφέρει την περίπτωση του καταστήματος με την ονομασία […] το οποίο μέχρι και το τέλος του […] 2007 διέθετε τη μπίρα «Μύθος» μαζί με τις μπίρες «Amstel» και «Heineken» της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο […]: *«ξαφνικά από τον* […] *2007 όπως αναφέρθηκε και στην αρμόδια Πωλήτρια μας κ.* […] *η μπύρα μας "αποβλήθηκε" από το εν λόγω κατάστημα καθώς έγινε αποδεκτή πρόταση της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ να σταματήσει την προώθηση των προϊόντων μας αντί προσφοράς* […]».

«[…]» εστιατόριο στη […] ιδιοκτησίας της «[…]»

1059 Σε «Δελτίο Καταγραφής Ανταγωνιστικής Συμπεριφοράς» της […].2007 που έχει συντάξει εκ μέρους της Μύθος Ζυθοποιίας ο […] και υπογράφει ο […] για το Νομό […][1168] αναφέρεται η περίπτωση του εστιατορίου […], ιδιοκτησίας της « […]» η οποία μετά από *«2ετή και επιτυχημένη»* συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία, *«προσεγγίσθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τελικώς αποδέχτηκε πρόταση παροχής* […] *για την αντικατάσταση των βαρελιών ΜΤΗ* [ΣτΣ: ενν. προφανώς Μύθος], *KSR* [ΣτΣ: ενν. προφανώς Kaiser] *σε Amstel και Heineken»*. Ο συντάκτης του δελτίου κάνει αναφορά μάλιστα και στην παροχή του εν λόγω ποσού προκαταβολικά.

1060 Σύμφωνα με υποβληθέντα στοιχεία εκ μέρους της επιχείρησης « […]»[1169], προκύπτει όντως ότι η ποσοστιαία αναλογία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κυμάνθηκε κοντά στο [45-55]% για τα έτη 2004 – 2007 ενώ το 2008, έτος δηλαδή που σύμφωνα με τα ανωτέρω ακολούθησε την αποδοχή της εμπορικής πρότασης της καθ' ης, το αντίστοιχο ποσοστό έφθασε στο ύψος του [85-95]%[1170]. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τις αγορές προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας ανήλθαν σε [35-45]% το 2004, [25-35]% το 2005, [25-35]% το 2006, [5-15]% το 2007 και [0-5]% το 2008.

1061 Παρότι η επιχείρηση ισχυρίστηκε ότι: «[δ]εν υφίσταται καμιάς μορφής εμπορική συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ώστε να λαμβάνουμε κάποιο εφάπαξ ποσό ή να αμειβόμαστε με παραστατικά παροχής υπηρεσιών», από την εξέταση των αναλυτικών οικονομικών στοιχείων ανά πελάτη που προσκόμισε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1171]προκύπτει ότι για τα έτη 2005-2007, η καθ' ης χορήγησε μόνο δωρεάν διαφημιστικό υλικό αξίας €[…] το 2005, €[…] το 2006 και €[…] το 2007 (λογαριασμός [...]), ενώ το 2007 χορήγησε ποσό αξίας […] το οποίο εμφανίζεται στο λογαριασμό [...].

[1167]Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1026 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1168]Το έγγραφο επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1573/06.03.2008 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1169]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4860/15.06.09 υποβολή στοιχείων και Πίνακα 14 του Παραρτήματος 1.

[1170]Αναλυτικότερα, η ποσοστιαία συμμετοχή των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο σύνολο των αγορών μπύρας ήταν ίση με [45-55]% το έτος 2004, [45-55]% το 2005, [45-55]% το 2006, [45-55]% το 2007 και [85-95]% το 2008.

[1171]Υποβολές στοιχείων εκ μέρους της «Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε.» με αρ. πρωτ. 1736/23.03.07, 8463/01.12.08 και 8661/15.12.08. Τα ποσά αντιστοιχούν στον πελάτη με κωδικό […].

Επιβολή στόχων στους πελάτες και συνδεόμενες με αυτούς παροχές

1062 Από τη συνολική έρευνα τελικών σημείων που εξετάσθηκαν από τη Ε.Α. στο πλαίσιο της έρευνάς της, προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία σε σχέση με την επιβολή στόχων ή επιβράβευσης της απόδοσης σε όρους πωλήσεων:

Επιχειρηματίας […]

1063 Σε ένορκη κατάθεσή του ενώπιον στελεχών της Ε.Α. το 2006, ο […], ο οποίος κατά την περίοδο εκείνη διαχειριζόταν συνολικά […] καταστήματα καφέ-μπαρ στην περιοχή της […][1172], αναφέρει ότι προμηθεύεται προϊόντα ζύθου από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και διευκρινίζει σχετικά: *«[σ]τοχοθέτηση υπάρχει μόνο για το "βαρέλι". […]*[1173]*. […]. Ποτέ δεν υπογράφουμε σύμβαση. Όλα γίνονται προφορικά. Τα ακριβή ποσοστά εκπτώσεων δεν τα θυμάμαι με ακρίβεια»*.

1064 Επίσης, ελάχιστο όριο κατανάλωσης της βαρελίσιας μπίρας εντοπίστηκε και στο έγγραφο […], ως εκπρόσωπο της εταιρίας « […]» με έδρα στ[…][1174]. Στην εν λόγω συμφωνία αναφέρεται: *« […]»*. Αντίστοιχου περιεχομένου συμφωνητικό προσκόμισε κατά το […] στην Ε.Α. η εταιρία […] με ημερομηνία υπογραφής την […][1175].

1065 Σημειώνεται παρεμπιπτόντως ότι σε πιο πρόσφατο πρότυπο συμφωνητικού χρησιδανείου που προσκόμισε η ίδια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο υποβολής στοιχείων κατά το 2005[1176], […]. Ωστόσο, ενώ η καθ' ης φαίνεται […].

Απειλές και τιμωρητική συμπεριφορά σε περίπτωση συνεργασίας με ανταγωνιστικό προμηθευτή

1066 Σύμφωνα με αναφορές κατά κύριο λόγο ανταγωνιστριών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, προκύπτει ότι η δεσπόζουσα εταιρία έχει εφαρμόσει πρακτικές άμεσων πιέσεων σε επιχειρήσεις που διαθέτουν τα προϊόντα της με σκοπό τον περιορισμό της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων. Οι εν λόγω πιέσεις μάλιστα συνίστανται κατά κύριο λόγο σε απειλές αφαίρεσης εξοπλισμού (κυρίως του ψυγείου) που έχει παρασχεθεί από την εταιρία.

Αναφορά εκπροσώπου τελικού σημείου

1067 Ο […], εκ μέρους της επιχείρησης «[…]»[1177] που διατηρεί καφετέρια (beach bar) με την επωνυμία «[…]» στην περιοχή […][1178] δηλώνει την […].2007 στο πλαίσιο ένορκης κατάθεσής του ενώπιον στελεχών της Ε.Α., […].

1068 Περαιτέρω, ο […]αναφέρει ότι, […]. Ακολούθως ο καταθέτων αναφέρει σχετικά με την αντίδραση της

[1172] Συγκεκριμένα, στην κατάθεσή του ο […] αναφέρει: […].

[1173] Σε ερώτημα των στελεχών της Ε.Α. αναφορικά με τους όρους εμπορικής συνεργασίας προμήθειας των προϊόντων ζύθου από τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, ο επιχειρηματίας δηλώνει: *«[…]»*.

[1174] Το συγκεκριμένο έγγραφο συλλέχθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006.

[1175] Η εταιρία «[…]» προσκόμισε το συμφωνητικό στην υπ' αριθ. πρωτ. 5252/18.08.06 υποβολή στοιχείων. Ως παραλαβών υπογράφει η εταιρία με την επωνυμία «[…]».

[1176] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων της καθ' ης.

[1177] Όπως δηλώνει […], η επιχείρηση […].

[1178] Η επιχείρηση προμηθεύεται προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. […].

Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: […][1179].

Αναφορές εκ μέρους ανταγωνιστριών επιχειρήσεων

Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας

«[…]» εστιατόριο στ[…] ιδιοκτησίας […]

1069 Στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιία, […], την οποία υπέβαλε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα[1180] αναφέρεται ότι ο […] που διατηρεί ταβέρνα με την ονομασία «[…]» στις […], ακύρωσε το 2005 την τοποθέτηση ψύκτη «Μύθος» στο κατάστημά του επειδή εκβιάστηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ότι θα του αφαιρεθούν τέντες και ομπρέλες που του είχε παραχωρήσει η τελευταία εάν τοποθετούσε τον ψύκτη και το βαρέλι «Μύθος»[1181].

«[…]» εστιατόριο στ[…] ιδιοκτησίας […]

1070 Ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, […], σε ένορκη κατάθεσή του που προσκόμισε στην Ε.Α. η εν λόγω εταιρία ζύθου[1182], αναφέρει σχετικά με το συγκεκριμένο τελικό σημείο: *«[σ]τις* […]*2007 ο συνεργάτης πρατηριούχος* […]*, ενημέρωσε τον υφιστάμενό μου υπάλληλο της Εταιρίας* […] *υπεύθυνο* […]*, ότι η ΑΘΗΝΑΪΚΗ επισκέφτηκε την πελάτισσά μας* […]*, Ταβέρνα «* […]*», (οδός* […]*), όπου και τοποθετήθηκε ένα ψυγείο της. Κατά τις ίδιες πληροφορίες της έκανε σύσταση να δουλέψει Alfa και Fischer και να σταματήσει να πουλάει Μύθο, ειδάλλως θα της πάρει πίσω το ψυγείο»*.

« […]**» εστιατόριο στ**[…] **ιδιοκτησίας** […]

1071 Όπως αναφέρει ο […] στην ως άνω ένορκη κατάθεσή του[1183], «[σ]τις […] 2007 […] υπεύθυνος […] της Εταιρίας μας συναντήθηκε με τον […], ιδιοκτήτη […] στη […], όπου του ανέφερε ότι πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ τον ενημέρωσαν ότι αν ξαναβάλει Μύθο και Kaiser φιάλη 500ml στο ψυγείο που του έχει διαθέσει θα του το πάρουν πίσω. Αποτέλεσμα της απειλής αυτής είναι να βάζει τα προϊόντα της Μύθος στο […]».

1072 Επισημαίνεται ότι το 2010, στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που διενήργησε η Ε.Α. στη συγκεκριμένη επιχείρηση, […] εκπρόσωπος της τελευταίας, […][1184]. Αναφορικά με τη χρήση του ψυγείου,[1185].

«[…]» εστιατόριο στ[…] ιδιοκτησίας της «[…]»

[1179] Συγκεκριμένα αναφέρει: […].

[1180] Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 968 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1181] Συγκεκριμένα ο μάρτυρας επισημαίνει ότι: *«[ο] Επιχειρηματίας* […] *που διατηρεί ταβέρνα με την ονομασία* […] *είχε συμφωνήσει το έτος 2005 με τον πωλητή* […] *τοποθέτηση ψύκτη ΜΥΘΟΣ και με παρέμβαση των πωλητών της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ακύρωσε την τοποθέτηση παρουσία του ψυκτικού της Εταιρίας μας* […] *επειδή εκβιάστηκε από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ότι θα του αφαιρέσει τις τέντες και τις ομπρέλες που του είχε ήδη τοποθετήσει, εάν τοποθετούσε τον ψύκτη και το βαρέλι ΜΥΘΟΣ»*.

[1182] Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1183] Προπαρατεθείσα υπ’ αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ’ αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1184] Συγκεκριμένα, η εκπρόσωπος αναφέρει: […].

[1185] […].

1073 Παρομοίως, σύμφωνα με όσα αναφέρει ο […] στην κατάθεσή του[1186]: «[σ]ε επίσκεψη που έκανε […] υπεύθυνος […] της Εταιρίας μας [ΣτΣ: ενν. της Μύθος Ζυθοποιίας] στις […] 2007 στο τσιπουράδικο […] ο ιδιοκτήτης […] του ανέφερε ότι του έγινε σύσταση από τον υπεύθυνο της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ότι αν βάλει άλλες μπύρες εκτός προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ στο ψυγείο που του έχει παραχωρήσει θα του το πάρει χωρίς άλλη προειδοποίηση». […] του καταστήματος […] στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α. που πραγματοποιήθηκε στο κατάστημα το 2010, δήλωσε σχετικά με τα σήματα ζύθου που διαθέτει: […]. Αναφορικά δε με τη χρήση των ψυγείων που η δεσπόζουσα εταιρία έχει παραχωρήσει στην επιχείρηση διευκρινίζει ότι: […][1187].

«[…]» στ […]

1074 Στην ένορκη κατάθεσή του[1188] ο […] αναφέρεται και στο κατάστημα «[…]» στην […]. Επισημαίνει ότι σε συνάντηση που πραγματοποιήθηκε στις […].2007 μεταξύ υπαλλήλων της καταγγέλλουσας ([…], υπεύθυνου […] και […], υπεύθυνου […] της Μύθος Ζυθοποιίας) και του ιδιοκτήτη του καταστήματος, […], ο τελευταίος ανέφερε ότι *«η ΑΘΗΝΑΪΚΗ, του παραχώρησε ψυγείο και του απαγόρευσε να βάλει στο ψυγείο της τα προϊόντα Μύθος και Kaiser φιάλη 500ml που ήδη διέθετε στους πελάτες του».*

1075 Αναφορές της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

1076 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει ότι[1189]: «[ε]άν ένα σημείο πώλησης τοποθετούσε βαρελίσια μπύρα Βεργίνα στο κατάστημά του, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απαγόρευε την χρήση του δικού της εξοπλισμού και απειλούσε να αποσύρει τα δικά της προϊόντα από το κατάστημα». Ακολούθως παρατίθεται και συναφές περιστατικό στο οποίο έχει αναφερθεί η ΖΜΘ.

«[…]», καφετέρια ιδιοκτησίας […]

1077 Σε δελτίο αναφοράς περιστατικού[1190] ημερομηνίας 27.04.2004, που έχει συντάξει ο πωλητής της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […], και υπογράφεται από τον ιδιοκτήτη της καφετέριας «[…]»,[…], αναφέρεται η προσέγγιση του επιχειρηματία από πωλητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με σκοπό την πρόταση αποκλειστικής συνεργασίας με την εν λόγω εταιρία, με αφαίρεση του μηχανισμού βαρελιού της μπίρας Βεργίνα που είχε μέχρι τότε[1191]. Όπως αναφέρεται στο εν λόγω δελτίο αναφοράς, οι πωλητές χρησιμοποίησαν ως επιχείρημα *«ότι η Βεργίνα δεν είναι επώνυμο προϊόν ενώ οι Heineken AMSTEL είναι επώνυμα προϊόντα και εκτός αυτού η HEINEKEN είναι χορηγός των Ολυμπιακών Αγώνων 2004»*. Εν συνεχεία[1192], οι υπάλληλοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επανήλθαν και μάλιστα όπως καταγράφεται

[1186] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1187] […]..

[1188] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1009 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1189] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 Υπόμνημα.

[1190] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1191] Ο ιδιοκτήτης της καφετέριας αναφέρει ότι: *«[π]ριν από ένα μήνα, επισκέφθηκαν το κατάστημά μου δύο πωλητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με σκοπό να μου προτείνουν να δουλέψω αποκλειστικά τα προϊόντα τους (AMSTEL - HEINEKEN) βγάζοντας το μηχανισμό βαρελιού της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ που δουλεύω».*

[1192] Η απάντηση του επιχειρηματία όπως καταγράφεται στο δελτίο αναφοράς περιστατικού ήταν η ακόλουθη: *«[η] απάντησή μου ήταν ότι δουλεύω και υποστηρίζω τη μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ επειδή είναι* […] *προϊόν».*

στο δελτίο *«[σ]ε μία δεύτερη επίσκεψή τους μετά από δεκαήμερο δέχθηκα την παρατήρησή τους ότι στους τιμοκαταλόγους παραγγελίας του καταστήματός μου αναγράφω πρώτα τη μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ και μετά τα δικά τους προϊόντα. Η απάντησή μου ήταν "η ΒΕΡΓΙΝΑ μου δίνει κατά διαστήματα ένα βαρέλι μπύρας δώρο εσείς τίποτα"».*

Συνολικές παρατηρήσεις για τα μικρά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης

1078 Κατά την κρίση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η επιδίωξη, με τις συγκεκριμένες πρακτικές της δεσπόζουσας επιχείρησης, της παρεμπόδισης εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές της, με ή χωρίς παροχή οικονομικού πλεονεκτήματος στους πελάτες της εκ μέρους δεσπόζουσας επιχείρησης, όπως εν προκειμένω, είναι καταχρηστική και απαγορεύεται[1193]. Όπως προεκτέθηκε, κατά την αξιολόγηση της πρακτικής στις αλυσίδες μαζικής εστίασης (ανάλυση στην οποία αναφερόμαστε προς αποφυγή επαναλήψεων), η εκ μέρους μιας επιχείρησης που κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά δέσμευση των αγοραστών, έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους, με την υποχρέωση ή υπόσχεση από μέρους τους κάλυψης του συνόλου ή σημαντικού τμήματος των αναγκών τους αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση αποτελεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ[1194]. Παρότι, κατά πάγια νομολογία, σε σχέση με την επιβολή από δεσπόζουσα επιχείρηση όρου αποκλειστικότητας ή παρεμπόδισης του εφοδιασμού πελατών από ανταγωνιστές, δεν απαιτείται να αποδειχθούν συγκεκριμένα πραγματικά ή άμεσα αποτελέσματα αλλά απαγορεύεται διότι είναι αφ' εαυτής ικανή να επιφέρει αποτέλεσμα αποκλεισμού και να περιορίσει τον ανταγωνισμό, σημειώνεται ότι δεδομένης και της θέσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, διαχρονικά, αλλά και του γεγονότος ότι οι αντιανταγωνιστικοί όροι και υποχρεώσεις αποκλειστικότητας εφαρμόσθηκαν σε πολλαπλά επίπεδα / διαύλους διάθεσης των προϊόντων και σε μη αμελητέο τμήμα της συνολικής ζήτησης, ήταν δυνατόν να υπάρξει και όντως υπήρξε αποτέλεσμα αποκλεισμού που στρέβλωνε την αγορά, συνιστώντας σοβαρή κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης[1195].

1079 Οι συμφωνίες αποκλειστικότητας στα τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης αποτελούν μέρος της γενικότερης πολιτικής της καθ' ης για την αποτροπή της πρόσβασης, της εισόδου ή της ανάπτυξης των πραγματικών και εν δυνάμει ανταγωνιστών της στην αγορά, στο πλαίσιο της προσπάθειας ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της στην αγορά. Οι πρακτικές των παροχών λειτουργούσαν συμπληρωματικά, ως κίνητρο προς τα τελικά σημεία, σε σχέση με τις συμφωνίες αποκλειστικότητας, στο πλαίσιο της συνολικής πολιτικής και του στόχου της καθ' ης[1196].

1080 Στοιχειοθετείται βάσει όλων των ανωτέρω, καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης συνιστάμενη σε επιβολή αποκλειστικότητας στα τελικά σημεία επιτόπιας κατανάλωσης εκ μέρους της καθ' ης, η οποία αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρή πρακτική αποκλεισμού και εισάγει μόνιμα εμπόδια εισόδου

[1193]T-203/01, ό.π., σκ. 160.

[1194]Παρ. 281 επ. απόφασης της Ευρ. Επιτροπής της 29.03.2006 στην υπόθεση COMP/E-1/38.113 – Prokent-Tomra.

[1195]*Ibid*., παρ. 290.

[1196]Επιπλέον, όπως αναλύεται και κατωτέρω, και στις περιπτώσεις που ο όρος της αποκλειστικότητας απαλείφεται από τη σύμβαση, τα συστήματα εκπτώσεων κατατείνουν στο ίδιο αποτέλεσμα πελατειακής πίστης. Έχει κριθεί νομολογιακά ότι με εκπτώσεις πίστης εξομοιώνονται ουσιαστικά οι παροχές εκείνες που δεν βρίσκονται σε αναλογία προς τις πωλούμενες προς συγκεκριμένο πελάτη ποσότητες, αλλ' εξαρτώνται από τη δέσμευση του τελευταίου να προμηθεύεται το σύνολο των αναγκών του σε ορισμένα προϊόντα από τον συγκεκριμένο προμηθευτή (ΕΑ 207/ΙΙΙ/2002).

/ ανάπτυξης για τους ανταγωνιστές.

1081 Ενόψει των ανωτέρω, προκύπτει και σε σχέση με τα τελικά σημεία πώλησης ότι η καθ' ης έχει επιβάλει όρους αποκλειστικότητας και αποκλεισμού των ανταγωνιστών, είτε συνάπτοντας συμφωνίες με όρους αποκλειστικότητας ή ισοδύναμους όρους εγγράφως, είτε προφορικά, συχνά παρέχοντας οικονομικό κίνητρο έναντι αποκλειστικής διάθεσης των προϊόντων της, με μεγάλο αριθμό τέτοιων πελατών, μεταξύ των οποίων σημαντικές αλυσίδες και γνωστά σημεία, διαμορφώνει δε τα χορηγούμενα οικονομικά ανταλλάγματα με γνώμονα την αποτροπή της εισόδου των ανταγωνιστών της στο εν λόγω κανάλι διάθεσης. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας (και η παροχή κινήτρων έναντι αποκλειστικότητας ή οι απειλές τιμωρητικής συμπεριφοράς στην αντίθετη περίπτωση) στις συμφωνίες της καθ' ης με τους εν λόγω πελάτες (τουλάχιστον για την περίοδο από το 2000 έως σήμερα) αντίκεινται, παρομοίως, στα άρθρα 2 του ν. 703/77, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ.

1082 Η επιβολή όρων αποκλειστικότητας / αποκλεισμού, με ή χωρίς τη συνοδεία εκπτώσεων, παροχών και πληρωμών υπό όρους, καθιστούν βασικές αλυσίδες καταστημάτων και βασικά τελικά σημεία λιανικών πωλήσεων, πιστούς πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης, έχουν δε, από κοινού, ως αποτέλεσμα τη σημαντική ελάττωση της ικανότητας των ανταγωνιστών να ασκήσουν πίεση με βάση τα προτερήματα και την αξία των δικών τους προϊόντων ζύθου. Η αντιανταγωνιστική συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης συνέτεινε, ως εκ τούτου, στη μείωση των επιλογών των καταναλωτών και των δυνατοτήτων ανάπτυξης των ανταγωνιστών της, καθώς και στη στρέβλωση του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Η συμπεριφορά αυτή της καθ' ης συνεπάγεται επίσης την επιβολή ανόμοιων όρων για παρόμοιες συναλλαγές επί ζημία των εμπορικώς συναλλασσομένων, και ιδιαίτερα των αλυσίδων καταστημάτων και των τελικών σημείων που δεν έχουν δεσμευθεί με όρους αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και δεν απολαμβάνουν τα σχετικά ανταλλάγματα.

Επί των απόψεων της καθ' ης

1083 Η καθ' ης προβαίνει σε μια σειρά ισχυρισμών σε σχέση με την επιβολή αποκλειστικότητας και τις πρακτικές αποκλεισμού σε τελικά σημεία πώλησης επιπροσθέτως των όσων αναφέρει σε σχέση με τις αλυσίδες ταχείας εστίασης. Επ' αυτών επισημαίνονται τα ακόλουθα τα οποία ισχύουν εν πολλοίς και για τις πρακτικές των key accounts ανωτέρω (και τούμπαλιν). Σε σχέση με τη φύση της επιβολής αποκλειστικότητας από τη δεσπόζουσα επιχείρηση και τα επιχειρήματα της καθ' ης[1197] περί του ότι υπάρχει ανάγκη απόδειξης πραγματικών ή υπολογίσιμων αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων (effects-based approach) στα πλαίσια του ανταγωνισμού με αξιοκρατικά μέσα (ενότητα Β υπομνήματος ΑΖ και passim) και ότι οι συμφωνίες αποκλειστικότητας (αποκλειστικής προμήθειας) δεν απαγορεύονται per se (ενότητα Γ.1.5., Γ.4 υπομνήματος ΑΖ και passim), λεκτέα τα ακόλουθα. Κατά πάγια νομολογία (και όπως είχε κρίνει η απόφαση Hoffmann-LaRoche, και έχουν επιβεβαιώσει όλως προσφάτως τα

[1197] Ιδίως υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, σ. 89 επ.

ενωσιακά Δικαστήρια στις αποφάσεις Tomra και Intel[1198] σε σχέση με τη νομική φύση της αποκλειστικής προμήθειας και του συστήματος εκπτώσεων) το γεγονός ότι μια δεσπόζουσα επιχείρηση δεσμεύει έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής, *είτε η εν λόγω υποχρέωση συνομολογείται χωρίς τίποτε άλλο είτε έχει ως αντάλλαγμα την παροχή εκπτώσεων*. Το ΔΕΚ επεσήμανε επί πλέον ότι όταν η αποκλειστικότητα έχει γίνει αποδεκτή τυπικά ("*has been formally accepted*"), η ανάλυση περί παροχής ή μη της έκπτωσης παρέλκει.

1084 Το ίδιο ισχύει και όταν η εν λόγω επιχείρηση, χωρίς να δεσμεύει επισήμως τους αγοραστές, εφαρμόζει, είτε βάσει των όρων συμφωνιών που έχουν καταρτιστεί με τους αγοραστές είτε μονομερώς, σύστημα εκπτώσεων σε πιστούς πελάτες, δηλαδή, σύστημα εκπτώσεων ή επιστροφών υπό τον όρο της καλύψεως από τον πελάτη του συνόλου ή του μεγαλύτερου μέρους των αναγκών του —άσχετα από το ύψος των αγορών του— από τη δεσπόζουσα επιχείρηση[1199].

1085 Οι ρήτρες αποκλειστικότητας έχουν εγγενώς τη δυνατότητα να δημιουργούν δέσμευση των πελατών με την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση με σκοπό την παρεμπόδιση του εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς. Δεν είναι, συνεπώς, απαραίτητο να εξεταστούν οι περιστάσεις της συγκεκριμένης υποθέσεως, προκειμένου να διαπιστωθεί εάν αποσκοπούν στην παρεμπόδιση του εφοδιασμού των πελατών από τους ανταγωνιστές, αλλά μπορούν από τη φύση τους να προκαλέσουν αποκλεισμό των ανταγωνιστών από την αγορά. Συγκεκριμένα, η συμφωνία για κάλυψη του συνόλου ή σημαντικού μέρους των αναγκών του πελάτη από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, ωθεί τον πελάτη αυτόν να μην εφοδιάζεται από ανταγωνιστές της επιχειρήσεως αυτής όσον αφορά το μέρος της ζήτησης που καλύπτεται από τον όρο της αποκλειστικότητας.

1086 Στο πλαίσιο αυτό, επισημαίνεται ότι αποκλεισμός από την αγορά προκαλείται όχι μόνον όταν η πρόσβαση στην αγορά καθίσταται αδύνατη, αλλά και όταν αυτή καθίσταται δυσχερέστερη[1200]. Επίσης, η χορήγηση οικονομικού πλεονεκτήματος από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, ώστε ο πελάτης ωθείται να μην εφοδιάζεται από τους ανταγωνιστές της όσον αφορά το μέρος της ζήτησης που καλύπτεται από τον όρο της αποκλειστικότητας, μπορεί εκ φύσεως να καταστήσει δυσχερέστερη την πρόσβαση των εν λόγω ανταγωνιστών στην αγορά.

1087 Μολονότι η επιβολή όρων αποκλειστικότητας ενδέχεται, καταρχήν, να έχει ευεργετικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, οπότε οι συνέπειές της σε μια αγορά όπου ο ανταγωνισμός λειτουργεί ομαλά πρέπει να εξετάζονται εντός του συγκεκριμένου πλαισίου (βλ., συναφώς, απόφαση του Δικαστηρίου της 28ης Φεβρουαρίου 1991, C-234/89, Δηλιμίτης, Συλλογή 1991, σ. I-935, σκέψεις 14 έως 27), τούτο δεν

[1198]Απόφαση Hoffmann-La Roche, προπαρατ. σκέψη 89 και απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 9.9.2010, T 155/06, απόφαση Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. II 4361, σκέψη 208 και απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014 στην υπόθεση T 286/09, Intel Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 72 επ.

[1199]Απόφαση Hoffmann-LaRoche, σκέψη 89, απόφαση του Δικαστηρίου ΕΕ της 19.04. 2012, C-549/10 P, απόφαση TomraSystems κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκέψη 70, απόφαση Intel του ΓενΔικ σκ. 73.

[1200]Βλ., συναφώς, αποφάσεις του Δικαστηρίου Michelin I, σκέψη 85, της 17.02.2011, C-52/09, Telia Sonera Sverige, Συλλ. 2011, I-527, στο εξής: απόφαση TeliaSonera, σκέψη 63, και απόφαση Michelin II, σκέψη 244.

μπορεί να γίνει δεκτό στην περίπτωση μιας αγοράς όπου ο ανταγωνισμός είναι ήδη περιορισμένος, ακριβώς επειδή μια από τις επιχειρήσεις κατέχει δεσπόζουσα θέση[1201].

1088 Το γεγονός αυτό δικαιολογείται από την ευθύνη που υπέχει η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να μην υπονομεύει τον πραγματικό και ανόθευτο ανταγωνισμό εντός της κοινής αγοράς και από το γεγονός ότι, όταν μια επιχείρηση κατέχει ισχυρή θέση στην αγορά, η επιβολή όρων αποκλειστικού εφοδιασμού για σημαντικό ποσοστό των αγορών ενός πελάτη[1202] συνιστά ανεπίτρεπτο εμπόδιο για την είσοδο στην αγορά αυτή[1203]. Συγκεκριμένα, σε μια τέτοια περίπτωση, η αποκλειστικότητα όσον αφορά τον εφοδιασμό έχει ως αποτέλεσμα να πλήττεται ακόμη περισσότερο η ανταγωνιστική δομή της αγοράς. Επομένως, καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσεως συνιστά κάθε δέσμευση αποκλειστικού εφοδιασμού έναντι της επιχειρήσεως που κατέχει τη δεσπόζουσα θέση[1204].

1089 Όσον αφορά τις εκτιθέμενες στα οικεία σημεία εκπτώσεις αποκλειστικότητας, αρκεί εδώ να σημειωθεί ότι η αιτίαση κατά της ΑΖ δεν στηρίζεται στο ακριβές ποσό των εκπτώσεων και, συνεπώς, στην τιμολογιακή πολιτική της προσφεύγουσας, αλλά στο γεγονός ότι χορηγούνται υπό τον όρο της πλήρους ή μερικής αποκλειστικότητας[1205]. Η διαφορετική μεταχείριση των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας και των πρακτικών που σχετίζονται με την πολιτική τιμών δικαιολογείται από το γεγονός ότι, σε αντίθεση με ό,τι συμβαίνει με την παροχή κινήτρων για αποκλειστικό εφοδιασμό, το ύψος των τιμών δεν θεωρείται εξ ορισμού αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού.

1090 Επί των ισχυρισμών της καθ' ης ότι η Επιτροπή υποχρεούται να αποδεικνύει συγκεκριμένα αποτελέσματα αποκλεισμού σε σχέση με τις εκπτώσεις αποκλειστικότητας, όπως αναλύεται στην οικεία ενότητα, δεν είναι απαραίτητο να αποδειχθεί ότι οι εκπτώσεις αποκλειστικότητας είχαν συγκεκριμένες επιπτώσεις. Εντεύθεν, κατά λογική ακολουθία έπεται, ότι η Επιτροπή δεν υποχρεούται να αποδείξει ούτε την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ των πρακτικών που χαρακτηρίζονται ως αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού και των συγκεκριμένων επιπτώσεων στην αγορά. Επομένως, η θέση της

[1201] Βλ., συναφώς, απόφαση του Δικαστηρίου της 6.4.1995, C-310/93 P, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλ. 1995, σ. I-865, σκ. 11 και προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Léger στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση αυτή, Συλλ. 1995, σ. I-867, σημεία 42 έως 45, απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 89.

[1202] Το γεγονός ότι ο όρος της αποκλειστικότητας καλύπτει ποσοστό 80 % των αναγκών του πελάτη αρκεί για να γίνει δεκτό ότι καλυπτόταν «σημαντικό μέρος» των αναγκών αυτών, κατά την έννοια της αποφάσεως Hoffmann-LaRoche (σκέψη 89) και της απόφασης ΓενΔικ στην υπόθεση Intel (σκ 135).

[1203] Βλ., συναφώς, απόφαση ΓενΔικ της 1.4.1993, T-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλογή 1993, σ. II-389, σκέψεις 65 έως 68, απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 90.

[1204] Βλ., συναφώς, απόφαση Hoffmann-LaRoche, σκέψεις 120, 121 και 123, απόφαση BPB Industries και British Gypsum του Δικαστηρίου, σκέψη 11 και προτάσεις του γενικού εισαγγελέα P. Léger στην υπόθεση επί της οποίας εκδόθηκε η απόφαση αυτή, σκέψη 89 ανωτέρω, σημεία 46 και 47, απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 91.

[1205] Εξ ου και είναι αλυσιτελής η επίκληση των αποφάσεων ΔικΕΕ της 14.10.2010, C-280/08 P, DeutscheTelekom κατά Επιτροπής, Συλλογή 2010, σ. I-9555, TeliaSonera, και Post Danmark. Υπογραμμίζεται ότι η νομολογία αυτή αφορά μόνον τις τιμολογιακές πρακτικές και όχι το νομικό χαρακτηρισμό των εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας. Συγκεκριμένα, η απόφαση DeutscheTelekom και η απόφαση TeliaSonera αφορούσαν πρακτικές συμπίεσης περιθωρίων κέρδους, η δε απόφαση PostDanmark αφορούσε πρακτικές σχετιζόμενες με χαμηλές τιμές (στην υπόθεση εκείνη, αντικείμενο ήταν ειδικά «διάκριση πρώτου επιπέδου μέσω των τιμών» - επιλεκτική προσφορά χαμηλών τιμών. Το Δικαστήριο, απαντώντας στο υποβληθέν προδικαστικό ερώτημα, περιέγραψε ποιες είναι οι περιστάσεις υπό τις οποίες η πολιτική χαμηλών τιμών, που εφαρμόζεται ως προς ορισμένους πρώην πελάτες ανταγωνιστή από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση, θεωρείται ότι συνιστά καταχρηστική πρακτική αποκλεισμού ανταγωνιστή αντίθετη προς το άρθρο 82 ΕΚ (απόφαση Post Danmark, σκέψη 19).

προσφεύγουσας ότι οι πελάτες εφοδιάζονταν αποκλειστικά από αυτή για εμπορικής φύσεως λόγους που δεν είχαν καμία σχέση με τις εκπτώσεις δεν αναιρεί τη θέση ότι οι εκπτώσεις αυτές αποτελούσαν για τους πελάτες κίνητρο αποκλειστικού εφοδιασμού[1206]. Κατά μείζονα λόγο, η Επιτροπή δεν υποχρεούται να αποδείξει, ούτε την πρόκληση άμεσης ζημίας στους καταναλωτές, ούτε την αιτιώδη συνάφεια μεταξύ τέτοιας ζημίας και των πρακτικών που αποτελούν αντικείμενο της προσβαλλομένης απόφασης. Συγκεκριμένα, από τη νομολογία προκύπτει ότι το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν αφορά μόνον τις πρακτικές που μπορούν να προκαλέσουν άμεση ζημία στους καταναλωτές, αλλά και αυτές που τους προκαλούν ζημία με τη διατάραξη καταστάσεων ομαλής λειτουργίας του ανταγωνισμού[1207].

1091 Τέλος, δεδομένου ότι από την απόφαση Hoffmann-LaRoche (σκέψη 89) προκύπτει ότι η δεσπόζουσα επιχείρηση καταχράται τη θέση αυτή εάν εφαρμόζει σύστημα εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας ακόμη και «χωρίς να επιβάλλει ρητώς υποχρεώσεις», το αντίθετο προς τους κανόνες του ανταγωνισμού κίνητρο που απορρέει από τις εκπτώσεις λόγω αποκλειστικότητας δεν είναι αποτέλεσμα της ρητής επιβολής υποχρεώσεως αποκλειστικού ή σχεδόν αποκλειστικού εφοδιασμού από τη δεσπόζουσα επιχείρηση, αλλά των οικονομικών πλεονεκτημάτων που αποφέρουν ή των οικονομικών μειονεκτημάτων που αποτρέπουν οι αγορές αυτές. Συνεπώς, αρκεί η κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση να υποδεικνύει κατά τρόπο αξιόπιστο στον πελάτη της ότι η χορήγηση οικονομικού οφέλους εξαρτάται από τον αποκλειστικό ή σχεδόν αποκλειστικό εφοδιασμό του από αυτή[1208]. Μάλιστα, κάθε οικονομικό κίνητρο για αποκλειστικό εφοδιασμό συνιστά επιπλέον πλήγμα στην ανταγωνιστική δομή της αγοράς και πρέπει, ως εκ τούτου, να θεωρείται καταχρηστική πρακτική εφόσον παρέχεται από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση[1209].

1092 Επί του επιχειρήματος ότι η προσαπτόμενη συμπεριφορά αφορούσε περιορισμένο τμήμα της οικείας αγοράς[1210], πέραν του ότι το επιχείρημα αυτό δεν έχει έρεισμα στα πραγματικά περιστατικά, σε κάθε περίπτωση, το ότι οι επίμαχες πρακτικές αφορούν ενδεχομένως περιορισμένο τμήμα της αγοράς δεν αποτελεί λυσιτελές επιχείρημα. Συγκεκριμένα, προκειμένου περί συμπεριφοράς επιχειρήσεως κατέχουσας δεσπόζουσα θέση σε αγορά όπου, εξ αυτού του λόγου και μόνο, η δομή του ανταγωνισμού είναι ήδη εξασθενημένη, κάθε επιπλέον περιορισμός της μπορεί να αποτελέσει καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσεως (απόφαση Hoffmann-LaRoche, σκέψη 123). Για τον λόγο αυτό, το Δικαστήριο έχει απορρίψει την εφαρμογή κριτηρίου με βάση τις «αισθητές επιπτώσεις» ή ορίου de minimis στο πλαίσιο της εφαρμογής του άρθρου 102 ΕΚ[1211]. Εξάλλου, οι πελάτες που βρίσκονται στο αποκλεισμένο από τον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της

[1206] Απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 104 - 105.
[1207] Απόφαση British Airways του Δικαστηρίου, σκέψη 106 και απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 104 - 105.
[1208] Απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 106.
[1209] Απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 111.
[1210] Βλ. ενδεικτικά υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, σκ. 218 επ.περί του ότι οι συμβάσεις με τα keyaccounts καλύπτουν ελάχιστο τμήμα των συνολικών πωλήσεων της ΑΖ στην κρύα αγορά αλλά και της κρύας αγοράς στο σύνολό της.
[1211] Βλ. απόφαση ΓενΔικ της 17.12.2009, στην υπόθεση Τ-57/01, SolvaySA κατά Επιτροπής, σκ. 338 και απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 116 επ.

αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα αυτής (απόφαση Tomra του Δικαστηρίου, σκέψεις 42 και 46). Επομένως, η δεσπόζουσα επιχείρηση δεν μπορεί να δικαιολογήσει τη χορήγηση εκπτώσεων λόγω αποκλειστικότητας σε ορισμένους πελάτες επικαλούμενη το ότι οι ανταγωνιστές διατηρούν την ευχέρεια να εφοδιάζουν άλλους πελάτες.

1093 Η πρακτική επαύξησης πίστης που έγκειται στην επιβολή από τη δεσπόζουσα επιχείρηση υποχρεώσεων αποκλειστικού εφοδιασμού στους πελάτες της έχει εγγενώς επικίνδυνα και πρόσφορα να νοθεύσουν την ανταγωνιστική διαδικασία αποτελέσματα: αυτή καθ' εαυτή, δηλαδή, η πρακτική αφαιρεί από τον αγοραστή, ή περιορίζει, τη δυνατότητα επιλογής όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και εμποδίζει την είσοδο άλλων παραγωγών στην αγορά[1212].

1094 Τέλος, η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης δεν μπορεί να στερήσει από τη δεσπόζουσα επιχείρηση το δικαίωμα να διαφυλάξει τα εμπορικά συμφέροντά της, οσάκις αυτά υφίστανται επίθεση, οπότε πρέπει να της χορηγηθεί, σε εύλογο βαθμό, η δυνατότητα να πραγματοποιεί τις ενέργειες που κρίνει ενδεδειγμένες για να προστατεύσει τα συμφέροντά της *εφόσον, ωστόσο, οι συμπεριφορές αυτές δεν έχουν ως σκοπό την ενίσχυση και την κατάχρηση της δεσπόζουσας αυτής θέσεως*[1213, 1214]. Επομένως εκ προοιμίου, δεν μπορούν να δικαιολογηθούν συμπεριφορές που έχουν ως *στόχο* τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Ο μοναδικός σκοπός της δυνατότητας δικαιολόγησης, σύμφωνα με τη νομολογία, έγκειται στην παροχή στη δεσπόζουσα επιχείρηση της δυνατότητας να αποδείξει όχι το ότι οι επίμαχες πρακτικές συνεπάγονται ορισμένα πλεονεκτήματα οπότε μπορούν να επιτραπούν, αλλά μόνο ότι οι εν λόγω πρακτικές αποσκοπούν στην *εύλογη προστασία των εμπορικών συμφερόντων της έναντι των ενεργειών στις οποίες προβαίνουν ορισμένοι τρίτοι* και, κατά συνέπεια, ότι δεν συνιστούν, στην

[1212]Βλ. Προτάσεις του ΓΕ Ruiz-Jarabo Colomer της 01.04.2008 στις συνεκδ. υποθέσεις C 468/06 έως C 478/06, Σωτ. Λέλος και Σία ΕΕ κ.ά. κατά GlaxoSmithKline ΑΕΒΕ Φαρμακευτικών Προϊόντων, παρ. 56 επ., με παραπομπή στην εν λόγω απόφαση, περί των πρακτικών οι οποίες οδηγούν αναπόφευκτα σε κατάχρηση της ισχύος των δεσποζουσών επιχειρήσεων και για τη δικαιολόγηση των οποίων δεν γίνεται δεκτό κανένα αποδεικτικό στοιχείο, μεταξύ των οποίων και η υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας (*«Μέχρι τώρα, το Δικαστήριο έχει αναγνωρίσει τρεις πρακτικές επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση, οι οποίες οδηγούσαν αναπόφευκτα σε κατάχρηση της ισχύος των επιχειρήσεων αυτών στην αγορά και για τη δικαιολόγηση των οποίων δεν φαίνεται να δέχεται κανένα αποδεικτικό στοιχείο. Στις πρακτικές αυτές κρίθηκε ότι εμπίπτει η υποχρέωση αποκλειστικής προμήθειας που επιβάλλει η επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση στους αγοραστές, τόσο αν επιβλήθηκε άνευ ετέρου όσο και αν συμφωνήθηκε ως αντάλλαγμα για την παροχή εκπτώσεων»*). Βλ. **και απόφαση της Επιτροπής της 29.03.2006, κατά των Tomra Systems ASA, Tomra Europe AS, Tomra Systems BV, Tomra Systems GmbH, Tomra Butikksystemer AS, Tomra Systems AB και Tomra Leergutsysteme GmbH (Υπόθεση COMP/E-1/38.113 — Prokent/Tomra), EEC 219 της 28/08/2008 σ. 11 – 15.**

[1213]Βλ., για παράδειγμα, αποφάσεις United Brands κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 189, της 08.10.1996, CEWAL, ό.π., σκ. 107 και 146, Irish Sugar κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 112. Επίσης, απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Atlantic Container Line AB και λοιποί κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, συνεκδ. υποθέσεις T-191/98, T-212/98 έως T-214/98, Συλλ. II-3275, σκ. 1113.

[1214]Βλ. απόφαση του Δικαστηρίου της 14ης Φεβρουαρίου 1978, υπόθ. 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλ. 1978, σκ. 189 και απόφαση ΠΕΚ της 1ης Απριλίου 1993, BPB Industries PLC και BritishGypsum LTD κατά Επιτροπής, υπόθεση T-65/89, Συλλ. 1993 σ. II 389, σκ. 69 (= σκ. 117).

Η απόφαση αφορούσε μεταξύ άλλων συμβάσεις αποκλειστικής προμήθειας, εκπτώσεις σε υφιστάμενους πελάτες και ευθύνη για τη διάπραξη της παράβασης [σχετ. απόφαση 89/22/ΕΟΚ της Επιτροπής, της 5ης Δεκεμβρίου 1988 (IV/31.900, BPB Industries plc)]. Βλ. προσφάτως επίκληση της πάγιας αυτής νομολογίας στην απόφαση του Δικαστηρίου της 16.09.2008, Σωτ. Λέλος και Σία ΕΕ και λοιποί κατά GlaxoSmithKline ΑΕΒΕ, συνεκδ. υποθ. C 468/06 έως C 478/06, σκ. 50.

πραγματικότητα, καταχρηστικές πρακτικές[1215]. Ως προς το επιχείρημα της καθ' ης από τους κανονισμούς απαλλαγής, αρκεί να επαναληφθεί εδώ ότι η αντιμετώπιση των κάθετων περιορισμών δεν προσήκει στις περιπτώσεις ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης.

1095 Συνοψίζοντας, σύμφωνα με πάγια νομολογία[1216], το γεγονός ότι μία επιχείρηση που βρίσκεται σε δεσπόζουσα θέση δεσμεύει, *έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους*, τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής, κατά την έννοια του άρθρου 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011, και 102 ΣΛΕΕ *είτε η εν λόγω υποχρέωση συνομολογείται άνευ ετέρου* είτε έχει ως αντάλλαγμα την παροχή εκπτώσεων. Το γεγονός ότι οι πληρωμές για την προώθηση των πωλήσεων αποτελούσαν απάντηση σε σχετικά αιτήματα και στην αυξανόμενη αγοραστική δύναμη των εμπόρων δεν δικαιολογεί σε καμιά περίπτωση την προσθήκη ρήτρας αποκλειστικότητας στις εν λόγω συμβάσεις προμηθείας. Όταν μία επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά, η σύναψη συμβάσεων αποκλειστικού εφοδιασμού που αφορά σημαντικό ποσοστό των αγορών συνιστά ανεπίτρεπτο εμπόδιο για την είσοδο στην αγορά αυτή[1217][1218].

1096 Η καθ' ης ισχυρίζεται, ειδικότερα, σε σχέση με την επιβολή αποκλειστικότητας και τις πρακτικές αποκλεισμού σε τελικά σημεία πώλησης[1219] επιπροσθέτως των όσων αναφέρει σε σχέση με τις αλυσίδες ταχείας εστίασης (επί των οποίων η κρίση της Επιτροπής έχει αναφερθεί στην οικεία ενότητα και ισχύουν και εν προκειμένω αντιστοίχως), ότι, κατ΄αρχάς, δεν παρεμβαίνει στους όρους προμήθειας των προϊόντων της από τα τελικά σημεία. Σε σχέση με το επιχείρημα αυτό, απεδείχθη κατά τα ανωτέρω, όπως αναγνωρίζει και η ίδια η καθ' ης σε πολλές περιπτώσεις, ότι η ΑΖ προβαίνει σε συμφωνίες απευθείας με τελικά σημεία καθώς και ότι, και στις σχέσεις της με χονδρεμπόρους εφαρμόζει πρακτικές αποκλεισμού που αντανακλούν στα τελικά σημεία πώλησης κατά τα εκτιθέμενα στο οικείο κεφάλαιο περί των πρακτικών της καθ' ης στο επίπεδο του χονδρεμπορίου. Η ΑΖ επικαλείται, επίσης, ότι οι επισκέψεις που πραγματοποιεί στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης έχουν ως σκοπό την προώθηση των προϊόντων της και τη διενέργεια διαφημιστικών ενεργειών και προβολών σε σημεία τα οποία επιλέγονται αποκλειστικά με διαφανή διαφημιστικά κριτήρια. Ωστόσο, το επιχείρημα αυτό είναι απορριπτέο ως αβάσιμο δεδομένου ότι κατά τα ανωτέρω απεδείχθη ότι η καθ' ης θέτει ως όρο για την

[1215]Απόφαση ΠΕΚ της 30ής Σεπτεμβρίου 2003, Atlantic Container Line AB και λοιποί κατά Επιτροπής, συνεκδ. υποθέσεις Τ-191/98, Τ-212/98 έως Τ-214/98, Συλλ. ΙΙ-3275, σκ. 1114.

[1216]Βλ. απόφαση ΠΕΚ της 01.04.1993, BPBIndustriesPlc και BritishGypsumLtd κατά Επιτροπής, υπόθεση Τ-65/89, Συλλ. ΙΙ 389, σκ. 68, απόφαση HoffmannLaRoche, προπαρατ., σκ. 89 και απόφαση ΔΕΚ της 03.07.1991, C-62/86, AKZO κατά Επιτροπής, Συλλ. Ι-3359, σκ. 149.

[1217]Στη δε απόφαση Michelin II (ό.π. σκ. 56) το Γενικό Δικαστήριο απεφάνθη ότι: «*Όσον αφορά, ειδικότερα, την παροχή εκπτώσεων από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, προκύπτει από πάγια νομολογία ότι έκπτωση υπέρ πιστών πελατών, η οποία χορηγείται ως αντάλλαγμα της δεσμεύσεως του πελάτη να εφοδιάζεται αποκλειστικώς ή οιονεί αποκλειστικώς από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, αντιβαίνει προς το άρθρο 82 ΕΚ. Συγκεκριμένα, παρόμοια έκπτωση τείνει να εμποδίσει, μέσω της χορηγήσεως οικονομικών πλεονεκτημάτων, τον εφοδιασμό των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς*».

[1218]Με παραπομπή στις αποφάσεις του Δικαστηρίου της 16ης Δεκεμβρίου 1975, 40/73 έως 48/73, 50/73, 54/73 έως 56/73, 111/73, 113/73 και 114/73, Suiker Unie κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 507, σκέψη 518, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 89 και 90, Michelin κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 71 και στην απόφαση BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 120.

[1219]Η ΑΖ αναφέρεται σε αυτά με τον όρο «λιανικά σημεία καταναλώσεων των προϊόντων της».

καταβολή των παροχών την αποκλειστικότητα των σημάτων της ή τον αποκλεισμό ανταγωνιστικών σημάτων, ή, σε άλλες περιπτώσεις, απειλεί με απόσυρση των προϊόντων της ή εν γένει με παύση της συνεργασίας σε περίπτωση που το τελικό σημείο δεν συμμορφώνεται ως προς την παύση συνεργασίας με ανταγωνιστικά σήματα. Πέραν αυτού, όπως έχει ήδη τονισθεί, και εάν ήθελε γίνει δεκτό ότι εξυπηρετούνταν παραλλήλως και θεμιτοί σκοποί διαφήμισης δεν ασκεί έννομη επιρροή και δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αντικειμενική δικαιολόγηση για πρακτικές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, ιδίως, δε, για τις εγγενώς αποκλείουσες ή περιορίζουσες τον ανταγωνισμό όπως οι ρήτρες αποκλειστικότητας ή αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων που επιβάλλονται από δεσπόζουσα επιχείρηση. Και επιπροσθέτως, εκ περισσού αναφέρεται (δεδομένου ότι αφ' εαυτού απαγορεύεται ο όρος της αποκλειστικότητας και δεδομένου ότι ούτε κατεδείχθη οποιοδήποτε συγκεκριμένο διαφημιστικό αποτέλεσμα, πολλώ δε μάλλον οποιαδήποτε σχέση αντιστοίχισης ή έστω συνάφειας μεταξύ των υπέρμετρων ποσών που καταβάλλονταν και του δήθεν διαφημιστικού αποτελέσματος), ότι δεν υπάρχει και δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι για την επίτευξη διαφημιστικών σκοπών ήταν stricto ή lato sensu αναγκαία και αναλογική η επιβολή αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων και αποκλειστικότητας, ενώ επίσης ελλείπει παντελώς η αιτιώδης συνάφεια μεταξύ του όρου αποκλειστικότητας και της διαφήμισης των σημάτων της καθ΄ης.

1097 Περαιτέρω, η καθ' ης επικαλείται ότι οι αμοιβές που καταβάλλει για την λήψη υπηρεσιών προβολής και διαφήμισης στους χώρους των τελικών σημείων καθορίζονται στη βάση της εκτίμησης που έχει ο εκμεταλλευτής του χώρου για τη διαφημιστική αξία του σημείου στα πλαίσια πάντα της εμπορικής λογικής και των συνθηκών προσφοράς και ζήτησης. Το επιχείρημα αυτό της καθ' ης είναι επίσης απορριπτέο για τους λόγους που αναλυτικώς προεκτέθηκαν και επιπλέον, καθώς, πέραν του ότι δεν προσκόμισε συγκεκριμένα στοιχεία σχετικά που να είναι δυνατόν μάλιστα να αποδείξουν ότι το σύστημά της δεν οδηγεί στη διακριτική μεταχείριση των πελατών της κατά τα εδώ αποδειχθέντα, αφενός, κατά πάγια νομολογία (βλ. προπαρατεθείσες αποφάσεις Hoffmann-LaRoche, και αποφάσεις ΓενΔικ στις υποθέσεις Tomra και Intel), το γεγονός ότι μια δεσπόζουσα επιχείρηση δεσμεύει *έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους* τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής, είτε η εν λόγω υποχρέωση συνομολογείται χωρίς τίποτε άλλο είτε έχει ως αντάλλαγμα την παροχή εκπτώσεων. Αφετέρου, απεδείχθη πέραν αμφιβολίας, κατά τα ανωτέρω, ότι η καθ΄ης συνδέει τις παροχές προς τα τελικά σημεία με τον όρο της αποκλειστικότητας ή του αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων και ότι η συμπεριφορά της αυτή οδήγησε σε επιβολή ανόμοιων όρων για παρόμοιες συναλλαγές επί ζημία των εμπορικώς συναλλασσομένων, και ιδιαίτερα των αλυσίδων καταστημάτων και των τελικών σημείων που δεν έχουν δεσμευθεί με όρους αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και δεν απολαμβάνουν τα σχετικά ανταλλάγματα. Αντιστρόφως με όσα ισχυρίζεται η καθ' ης, κατά την κρίση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, από τα στοιχεία του φακέλου και δη από έγγραφες συμβάσεις περιέχουσες όρους αποκλειστικότητας, καθώς και από τα ιδιαίτερα υψηλής αποδεικτικής αξίας προεκτεθέντα σύγχρονα εσωτερικά έγγραφα της καθ' ης αναφορικά με τις αποκλειστικότητες στα τελικά σημεία (αναφορές […]), και εν γένει από συμφωνίες της καθ΄ ης με τελικά σημεία, από τις μαρτυρίες των τελικών σημείων / πελατών της καθ' ης και των ανταγωνιστών της και από τη συνολική έρευνα της Υπηρεσίας προκύπτει πληθώρα αξιόπιστων, αλληλοσυμπληρούμενων και συγκλινόντων στοιχείων, συχνά άμεσων

και σύγχρονων και αναγόμενων στην εποχή του καταγραφόμενου περιστατικού, που αποδεικνύουν, πέραν αμφιβολίας, όπως και σε σχέση με τα key accounts, ότι στα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης υφίστανται συμφωνίες ή επιβολή όρων αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων και συνοδεύονται, συχνά, από σημαντικές οικονομικές παροχές οι οποίες λαμβάνουν τη μορφή ποικίλων τύπων παροχών / ανταλλαγμάτων αποκλειστικότητας εκ μέρους της καθ' ης. Βάσει αυτών πρέπει να απορριφθούν οι ισχυρισμοί της καθ' ης περί του ότι δήθεν είναι η ζήτηση του καταναλωτή που υπαγορεύει την επιλογή του επιχειρηματία για συγκεκριμένα εμπορικά σήματα και ότι ο έλεγχος του διαχειριστικού κόστους και η ελαχιστοποίηση των αποθεμάτων καθορίζει τις επιχειρηματικές επιλογές των ιδιοκτητών των επιχειρήσεων επιτόπιας κατανάλωσης υπέρ της ΑΖ.

1098 Εν συνεχεία, η καθ' ης ισχυρίζεται ότι κατά κανόνα, οι εν λόγω υπηρεσίες παρέχονται και αμείβονται άπαξ, ώστε εκ των πραγμάτων δεν νοείται χρονική δέσμευση για ελάχιστη διάρκεια. Ωστόσο, το επιχείρημα αυτό είναι απορριπτέο, αφενός ως αλυσιτελές δεδομένου ότι κατά τα προεκτεθέντα, σε αυτές τις πρακτικές κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης δεν υφίσταται συγκεκριμένο χρονικό ή άλλο όριο αποκλεισμού ούτε χρειάζεται να δειχθεί αποτέλεσμα περιορισμού του ανταγωνισμού, δεδομένης της εγγενώς αντιανταγωνιστικής φύσης των εν λόγω πρακτικών, και, αφετέρου ως αβάσιμο δεδομένου ότι πρόκειται για την επιβολή από την ΑΖ ενός πλέγματος ρητρών αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων οι οποίες, σε πολλές περιπτώσεις έχουν μεγάλη διάρκεια, είναι ανανεούμενες και αποδεικνύεται διαδοχική εφαρμογή των σχετικών συμβάσεων ή ρητρών αποκλειστικότητας. Σύμφωνα με τη νομολογία, όσον αφορά το επιχείρημα περί δυνατότητας λύσεως ορισμένων συμβάσεων εντός σύντομης προθεσμίας, τονίζεται ότι το δικαίωμα καταγγελίας μιας συμβάσεως ουδόλως εμποδίζει την εφαρμογή της στην πράξη όσο δεν γίνεται χρήση του δικαιώματος αυτού[1220]. Σε πολλά τελικά σημεία, όπως και ιδίως στα key accounts, κατά τα προεκτεθέντα, η έκταση του περιορισμού του ανταγωνισμού επιτείνεται σε βάθος χρόνου, και οι συμβάσεις ή ρήτρες αποκλειστικότητας είναι ανανεούμενες, διαδοχικές και επαναλαμβανόμενες, και, ως εκ τούτου, το σωρευτικό τους αποτέλεσμα είναι σαφές και ευδιάκριτο.

1099 Περαιτέρω, αντιφατικός και απορριπτέος είναι ο ισχυρισμός της καθ΄ης περί δήθεν αυξημένης διαπραγματευτικής ισχύος των πελατών – αντισυμβαλλομένων της καθ' ης, δεδομένου ότι αναφέρεται σε πελάτες που ο καθένας τους εκπροσωπεί ελάχιστο τμήμα των πωλήσεων της καθ' ης και οι οποίοι δεν έχουν αντισταθμιστική αγοραστική δύναμη αλλά αποτελούν συγκριτικά οικονομικά ισχνές επιχειρήσεις, ευάλωτες στην πίεση του συστήματος αυτού[1221]. Πέραν αυτού, η ΑΖ με τις παροχές και τα οικονομικά ανταλλάγματα που χορηγεί με τον όρο της αποκλειστικότητας αποστερεί από τα τελικά σημεία το κίνητρο των τελικών σημείων να ασκήσουν πίεση για να έχουν περισσότερους προμηθευτές και ποικιλία προϊόντων.

1100 Μάλιστα η ΑΖ αναγνωρίζει και στην παρ. 278 του υπομνήματός της της 04.03.2014 ότι παρόλο το μέγεθος και την τεχνογνωσία και τα τεχνικοοικονομικά της μέσα και παρότι οι ανταγωνίστριές της το

[1220]Βλ. απόφαση BPB Industries και British Gypsum του Γενικού Δικαστηρίου, προπαρατ., σκ. 73 και απόφαση ΓενΔικ στην υπόθεση Intel, σκ. 112.

[1221]Βλ. απόφαση ΕΑ 207/2002 ΑΓΝΗ κατά Coca-Cola και απόφαση ΠΕΚ της 17.12.2009, στην υπόθεση T-57/01, Solvay SA κατά Επιτροπής.

κάνουν, η ίδια σπανίως καταρτίζει έγγραφες συμβάσεις με αυτοτελή καταστήματα. Παραδέχεται, επίσης, ότι ο υπολογισμός της αμοιβής που χορηγεί στα τελικά σημεία σπανίως συνδέεται με το μέγεθος των επί τόπου πωλήσεων, και ότι η διάρκεια της υπηρεσίας έχει περιορισμένο ή ασαφή χρονικό ορίζοντα. Καταδεικνύεται έτσι το σύστημα ασάφειας και πίεσης που δημιουργούσε η μέχρι τώρα πρακτική παροχών με όρο την αποκλειστικότητα εκ μέρους της καθ' ης στους πελάτες της τελικά σημεία.

1101 Επομένως, αντίθετα προς τους ισχυρισμούς της ΑΖ, απεδείχθη πέραν αμφιβολίας ότι η ΑΖ προέβη σε συμφωνίες και επιβολή όρων αποκλειστικής προμήθειας και διάθεσης των προϊόντων της με τα τελικά σημεία πώλησης. Περαιτέρω, και παρότι η έκταση εφαρμογής της ρήτρας αποκλειστικότητας δεν ασκεί έννομη επιρροή στο ζήτημα της καταχρηστικότητας της πρακτικής, ενδεικτικά επισημαίνεται ότι όπως η ίδια η ΑΖ αναγνωρίζει με το υπόμνημά της της 04.03.2014 (παρ. 299 επ. και σχετικό) από την έρευνα που πραγματοποίησε η ΑΖ με υποβολή ερωτηματολογίου[1222], το [15-25]% των μικρών τελικών σημείων διαθέτουν αποκλειστικά και μόνο (100%) σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και αυτό χωρίς να συνυπολογιστεί[1223] στο ποσοστό αυτό το πολύ σημαντικό[1224] ποσοστό τελικών σημείων με οιονεί αποκλειστικότητα (που διαθέτουν σήματα της ΑΖ σε ποσοστό άνω του 80%) και χωρίς, επίσης, να υπολογιστούν τα key accounts με το μεγάλο αριθμό καταστημάτων που ανήκουν στις αλυσίδες οι οποίες καλύπτονται από ρήτρες αποκλειστικότητας κατά τα ανωτέρω. Κατά τα λοιπά ισχύουν τα εκτιθέμενα στην ενότητα περί αποδεικτικών μέσων[1225].

1102 Από τα παραπάνω προκύπτει σαφώς ότι δεν παρέχονται από τις επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης υπηρεσίες προβολών και διαφημιστικών υπηρεσιών που να συσχετίζονται με τις καταβαλλόμενες από την ΑΖ στους πελάτες της αμοιβές και ανταλλάγματα. Σε κάθε περίπτωση, οι σχετικοί ισχυρισμοί της ΑΖ, πέραν από ουσία αβάσιμοι, είναι και αλυσιτελείς δεδομένου ότι απεδείχθη σαφώς κατά τα ανωτέρω η χορήγηση από την ΑΖ οικονομικών παροχών υπό τον όρο της αποκλειστικότητας ή της οιονεί αποκλειστικότητας. Και βεβαίως δεν πρόκειται για εκπτώσεις ποσότητας, το οποίο δεν το επικαλείται πάντως ούτε η καθ' ης, η οποία αναγνωρίζει ότι τα χορηγούμενα ποσά σε επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης δεν έχουν σχέση με τις πωλήσεις που πραγματοποιεί η ΑΖ σε πελάτες-τελικά σημεία πώλησης, ή ότι οι τελευταίες δεν έχουν σχέση με τις επικαλούμενες ως «διαφημιστικές» δαπάνες που η

[1222]Σε «*τυχαίο δείγμα […] επιχειρήσεων δραστηριοποιούμενων σε διαφορετικές κατηγορίες (εστιατόρια, καφετέριες, μπαρ, ταβέρνες, ψητοπωλεία κλπ)*», όπως αναφέρει, η οποία πάντως έρευνα αναφέρεται μόνο στην ημερομηνία λήψης των απαντήσεων τον Ιανουάριο 2014 (βλ. σχετικό υπομνήματος ΑΖ της 04.03.2014 ΤΣ/4Β).

[1223]Και χωρίς να ερωτηθούν επ' αυτού.

[1224]Βλ. και ανωτέρω ανάλυση με βάση τη διείσδυση των σημάτων της ΑΖ όπως αυτή προκύπτει από την έρευνα […] που προσκομίζει η ίδια η ΑΖ.

[1225]Στα ερωτηματολόγια που απηύθυνε στα τελικά σημεία η ΑΖ αναφέρει ότι: «προτίθεται να υποβάλει τις απαντήσεις στις παραπάνω ερωτήσεις … στην Επιτροπή Ανταγωνισμού κατά *τη διαδικασία εξέτασης της υπόθεσης. Εφόσον συμφωνείτε με αυτό, παρακαλούμε να μας [εννοείται στην ΑΖ] αποστείλετε συμπληρωμένη την παρούσα επιστολή με fax αρ […]*» και κάνει αναφορά στην Εισήγηση που της κοινοποιήθηκε από τη ΓΔΑ και στην εκδίκαση της υπόθεσης. Συνεπώς, ως προς τις απαντήσεις των τελικών σημείων από ουσιαστική άποψη ισχύουν όσα προεκτέθηκαν στην ενότητα περί αποδεικτικών μέσων και αξιολογούνται ως μειωμένης αποδεικτικής αξίας, καθόσον έχουν προετοιμασθεί ειδικά για τους σκοπούς της διαδικασίας εξέτασης των πρακτικών της ΑΖ από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, και όχι σε ανύποπτο χρόνο στο πλαίσιο των συνήθων δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

ΑΖ καταβάλλει[1226].

1103 Συμπερασματικώς, οι πρακτικές, που αναλύθηκαν ανωτέρω, οι οποίες καταλαμβάνουν όλους σχεδόν τους διαύλους διανομής των σχετικών προϊόντων (χονδρική και λιανική πώληση), δημιουργούν ένα πλέγμα συμβατικών υποχρεώσεων και οικονομικών κινήτρων οι οποίες, επί της ουσίας και εν τοις πράγμασι, είτε αυτοτελώς κρινόμενες, είτε συνολικά, κατατείνουν στην αποκλειστικότητα του σημείου πώλησης, στην παγίωση σημαντικού τμήματος της ζήτησης, στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τα κανάλια διανομής και στον περιορισμό των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους. Τα ενδεχόμενα αποτελέσματα των ως άνω πρακτικών επάλληλης αποκλειστικότητας ενισχύονται από τις αναλυόμενες στα οικεία σημεία εκπτώσεις και παροχές πίστης.

1104 Σε σχέση με την Οικονομική Ανάλυση που επικαλείται η ΑΖ, αλυσιτελώς, δεδομένου ότι αφενώς κατά τα ανωτέρω το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα των όρων και των εκπτώσεων αποκλειστικότητας από δεσπόζουσα επιχείρηση τεκμαίρεται και αφετέρου, στις πρακτικές αυτές, κατά τα εδώ εκτιθέμενα, δεν εφαρμόζεται το τεστ του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή, επισημαίνονται σε κάθε περίπτωση τα εξής επιπλέον. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της αναφορικά με την απουσία καταχρηστικών πρακτικών στην εμπορική της συμπεριφορά έναντι των πελατών της επιτόπιας κατανάλωσης η ΑΖ εφαρμόζει το τεστ του εξίσου αποτελεσματικού ανταγωνιστή ώστε να καταδείξει ότι η καθαρή τιμή πώλησης της ΑΖ στους συγκεκριμένους πελάτες (τόσο στα key accounts όσο και στα μικρά τελικά σημεία πώλησης) υπήρξε ανώτερη του μέσου μεταβλητού και μέσου συνολικού κόστους. Επί των ανωτέρω υπολογισμών, ωστόσο, και πέραν του γεγονότος ότι όπως προεκτέθηκε, το τεστ αυτό δεν είναι εφαρμοστέο στις πρακτικές της ΑΖ που κρίνονται στο πλαίσιο της παρούσας υπόθεσης, επισημαίνονται επιπροσθέτως τα ακόλουθα:

1105 **α)** Όπως επισημαίνει η καταγγέλλουσα στη Συμπληρωματική Οικονομική Ανάλυσή της (σ. 14), το κυριότερο σφάλμα στην προσέγγιση της Οικονομικής Ανάλυσης στην προσέγγιση ΑΖ είναι ότι χαρακτηρίζει εσφαλμένα τη φερόμενη κατάχρηση ως επιθετική τιμολόγηση (υποτιμολόγηση προς απόσπαση πελατών – predation), άρα χρησιμοποιεί λάθος τεστ[1227].

1106 **β)** Περαιτέρω, οι υπολογισμοί της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ εμφανίζουν μία σειρά από μεθοδολογικές αστοχίες οι οποίες συνίστανται στις ακόλουθες:

- Στο πλαίσιο υπολογισμού του συνολικού κόστους ανά πελάτη (key account/τελικό σημείο) ως σταθερό κόστος λογίσθηκε αποκλειστικά η αξία της διαφημιστικής δαπάνης που πραγματοποιήθηκε για κάθε πελάτη ξεχωριστά, εξαιρώντας με αυτόν τον τρόπο από την ανάλυση λοιπά σταθερά κόστη (π.χ. διοικητικά) τα οποία όφειλαν να ληφθούν υπόψη[1228]. Η ΑΖ αναφέρει συγκεκριμένα[1229]: « […]». Ως εκ τούτου, το ύψος του σταθερού κόστους ανά πελάτη παρουσιάζεται υποτιμημένο με αποτέλεσμα οι

[1226]Βλ. υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 394.

[1227]Μάλιστα στις παρ. 96 (key accounts) και 129 (τελ. σημεία) η ίδια η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αναγνωρίζει περιπτώσεις key accounts και τελικών σημείων στα οποία οι τιμές της ΑΖ είναι κάτω του μέσου συνολικού κόστους της.

[1228]Άλλωστε όπως επισημαίνεται στην Οικονομική Ανάλυση της ΑΖ, […] δεν αναλογούν σταθερά κόστη καθώς δεν πραγματοποιήθηκε σχετική διαφημιστική δαπάνη και το γεγονός αυτό καταλήγει στο λανθασμένο αποτέλεσμα το σταθερό κόστος να είναι μηδενικό.

[1229]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 129/06.05.2014 υποβολή στοιχείων.

σχετικοί υπολογισμοί επί της διαφοράς τιμής πώλησης και συνολικού κόστους να μην είναι αξιόπιστοι.

- Στην περίπτωση των key accounts τα επιμέρους ετήσια μεταβλητά κόστη « […]» εμφανίζονται να παραμένουν σταθερά για την πλειονότητα των πελατών κατά την περίοδο των ετών 2005 - 2009 παρά την ύπαρξη διακυμάνσεων στον αντίστοιχο όγκο πωλήσεων, γεγονός που αφ' εαυτού καταδεικνύει ότι τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων δεν είναι αξιόπιστα. Επί της ως άνω διαπίστωσης η ΑΖ […] και υπέβαλε εκ νέου τα επιμέρους μεγέθη με τη διευκρίνιση ότι τα συνολικά αθροίσματα μεταβλητού κόστους παραμένουν ίδια[1230]. Ωστόσο, η παραδοχή αυτή είναι αυταποδείκτως προβληματική και καταδεικνύει ότι ο ισχυρισμός της ΑΖ ότι οι υπολογισμοί της βασίσθηκαν στα (πραγματικά) μεγέθη του συνολικού μεταβλητού κόστους δεν είναι πειστικός, δεδομένου ότι το εν λόγω συνολικό κόστος θα έπρεπε να προκύπτει από το άθροισμα της πραγματικής αποτίμησης των επιμέρους ειδών δαπάνης που το απαρτίζουν και όχι να αποτελεί ανακατανομή των σχετικών μεγεθών με διατήρηση του συνολικού αποτελέσματος που είχε χρησιμοποιηθεί στην αρχική ανάλυση.

- Στην περίπτωση των τελικών σημείων πώλησης, για κάθε έναν εκ του συνόλου των πελατών και για όλα τα έτη της εξεταζόμενης περιόδου, η ΑΖ δεν προέβη σε πραγματική απεικόνιση του μεταβλητού κόστους, επικαλούμενη αδυναμία λεπτομερούς ανάλυσής του, και αντί για αυτό […], καθιστώντας τις σχετικές εκτιμήσεις κόστους μη αξιόπιστες[1231].

- Για ορισμένες περιπτώσεις, από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η οικονομική ανάλυση ΑΖ βασίσθηκε σε διαφορετικά στοιχεία πωλήσεων, εκπτώσεων και διαφημιστικών αμοιβών πελατών επιτόπιας κατανάλωσης (key accounts και μικρά τελικά σημεία πώλησης) σε σχέση με τα αντίστοιχα στοιχεία που η ίδια η καθ' ης είχε υποβάλει στην Υπηρεσία στο πλαίσιο της έρευνάς της. Ως εκ τούτου η οικονομική ανάλυση ΑΖ λαμβάνει ως βάση διαφορετική μέση τιμή πώλησης και διαφορετικό μέσο σταθερό κόστος σε σχέση με τα αρχικώς υποβληθέντα. Η αιτιολόγηση της καθ' ης η οποία αφορά μόνο στα key accounts -χωρίς να αναφέρει κάτι σχετικό για τα τελικά σημεία-, κατ' ουσίαν βασίζεται σε αδυναμία ακριβούς προσδιορισμού των σχετικών στοιχείων, ωστόσο η επίκληση αυτή της καθ΄ης δεν μπορεί να γίνει δεκτή αλλά θα έπρεπε κατ' ελάχιστον να έχει χρησιμοποιήσει το σύνολο των συγκεκριμένων αξιών που η ίδια είχε υποβάλει αρχικώς στην Υπηρεσία της (άλλως ελεγκτέα η ακρίβεια των αρχικώς υποβληθέντων στοιχείων).

- Σε κάθε περίπτωση, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ χρησιμοποιεί για κάθε έναν εκ των πελατών μέσους όρους επταετίας για να συγκρίνει της μέση τιμή πώλησης με το μέσο συνολικό κόστος. Επομένως, τα αποτελέσματα της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ δεν αποτυπώνουν κάποιες από τις περιπτώσεις πελατών που παρουσιάζουν σε ετήσια βάση τιμή πώλησης μικρότερη του μέσου συνολικού κόστους και που θα αναδεικνύονταν εάν είχε παρουσιάσει τις σχετικές διαφορές σε ετήσια βάση αντί να καταφύγει σε μέσους όρους επταετίας.

1107 Επιπλέον των ανωτέρω, οι ισχυρισμοί της καθ' ης περί απουσίας συσχέτισης μεταξύ της διαφημιστικής δαπάνης στα καταστήματα των πελατών της που δραστηριοποιούνται στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης και των πωλήσεών της σε προϊόντα ζύθου, τους οποίους βασίζει στα αποτελέσματα

[1230]Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 129/06.05.2014 υποβολή στοιχείων.
[1231]Η ΑΖ στην υπ' αριθ. πρωτ. 102/08.04.2014 υποβολή στοιχείων αναφέρει: «[…]».

οικονομετρικών εκτιμήσεων, κρίνονται ως αλυσιτελείς δεδομένου ότι δεν περιλαμβάνεται σχετική αιτίαση σε σχέση με τις πρακτικές της καθ' ης.

1108 Παρατηρείται, τέλος, ότι η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ αναγνωρίζει «δικαίωμα μονοπωλιακής διάθεσης σε ένα και μόνο προμηθευτή» με αντάλλαγμα για το αντισυμβαλλόμενο κατάστημα «μία πολύ ανταγωνιστική τιμή», και έρχεται έτσι σε έντονη αντίθεση με τον αναλυτικώς προεκτεθέντα κανόνα απαγόρευσης της αποκλειστικότητας από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση. Η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ δεν λαμβάνει δηλαδή υπόψιν ότι κατά πάγια νομολογία[1232], το γεγονός ότι μια δεσπόζουσα επιχείρηση δεσμεύει έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους, για όλες ή για σημαντικό τμήμα των αναγκών τους, αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής.

1109 Εξάλλου, οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας δεν μπορούν να δικαιολογηθούν αντικειμενικά ούτε και με βάση τις κατά γενικό τρόπο επικαλούμενες (βλ. Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σ. 36 επ.) από την ΑΖ βελτιώσεις αποτελεσματικότητας, οι οποίες κατά τους ισχυρισμούς της συνίστανται ιδίως στη μείωση του λειτουργικού κόστους λόγω της συνεργασίας με έναν προμηθευτή (όπως μείωση του κόστους διαχείρισης και logistics, μείωση του χώρου αποθήκευσης κ.λπ.) και στην επίτευξη εκπτώσεων λόγω της αυξημένης διαπραγματευτικής δύναμης των καταστημάτων όταν αυτά επιδιώκουν συνεργασία με ένα μόνο προμηθευτή οι οποίες νομοτελειακά, πάντα κατά τους ισχυρισμούς της καθ΄ης, μετακυλύονται στον καταναλωτή. Ειδικότερα, πέραν του ότι δεν προσκομίζει κανένα συγκεκριμένο στοιχείο σχετικά επισημαίνεται, καταρχήν, ότι δεν υφίσταται καμία εξαίρεση από την απαγόρευση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσεως στο ενωσιακό δίκαιο του ανταγωνισμού. Συγκεκριμένα, αντίθετα προς το άρθρο 101 ΣΛΕΕ, το άρθρο 102 ΣΛΕΕ δεν επιτρέπει στις επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση να ζητούν τη χορήγηση εξαιρέσεως υπέρ των καταχρηστικών πρακτικών τους[1233]. Περαιτέρω, κατά τη νομολογία, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις φέρουν ιδιαίτερη ευθύνη να μη βλάπτουν, με τη συμπεριφορά τους, την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά. Συνεπώς, οι καταχρηστικές πρακτικές αυτών των επιχειρήσεων απαγορεύονται άνευ εξαιρέσεως[1234].

1110 Κατά τα λοιπά, οι επικαλούμενες βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας δεν στοιχειοθετούν αντικειμενική δικαιολόγηση κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους: Πρώτον, για τα τελικά σημεία, στην πλειονότητά τους, δεν μπορεί να προκύψει συνέργεια από την επικαλούμενη συνεργασία μόνο με ένα προμηθευτή δεδομένου ότι, ούτως άλλως, στην πλειονότητα των περιπτώσεων, τα τελικά σημεία δεν προμηθεύονται απευθείας τα προϊόντα από τη δεσπόζουσα προμηθεύτρια αλλά μέσω, ως επί το πλείστον, μίας χονδρεμπορικής επιχείρησης. Εξ ου και ελλείπει η αιτιώδης συνάφεια.

[1232] Απόφαση Hoffmann-La Roche, προπαρατ. σκέψη 89 και απόφαση του ΓενΔικ της 9.9.2010, T 155/06, απόφαση Tomra Systems κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. II 4361, σκέψη 208 και απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014 στην υπόθεση T 286/09, Intel Corp. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 72 επ.
[1233] Βλ. απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty, παρ. 203 επ.
[1234] Βλ. σχετ. απόφαση ΠΕΚ T-191/98 Atlantic Container Line (TACA) Συλλ. 2003, σελ.II-3275, σκ. 1109 και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

1111 Δεύτερον, ακόμη και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι ορισμένες από τις βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας που επικαλείται η καθ' ης είναι βάσιμες ή/και είχαν ήδη υλοποιηθεί, π.χ. ότι επιτεύχθηκε μείωση του λειτουργικού κόστους, παραδοχή την οποία η Επιτροπή δεν αποδέχεται, εκτιμάται ότι οι ίδιες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας θα μπορούσαν να επιτευχθούν και με σαφώς λιγότερο περιοριστικά, ηπιότερα μέτρα, χωρίς να απαιτείται η προσφυγή στη χρήση ρητρών αποκλειστικότητας και πρακτικών αποκλεισμού. Στην προκειμένη περίπτωση, η αποκλειστικότητα και οι πρακτικές αποκλεισμού δεν μπορούν να θεωρηθούν ως απαραίτητες για την επίτευξη των όποιων βελτιώσεων αναφορικά με τη διανομή των προϊόντων, δεν είναι, επομένως, αναλογικές.

1112 Τρίτον, σε κάθε περίπτωση, εν προκειμένω, από τις όποιες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας επωφελείται η ίδια η ΑΖ, και όχι οι καταναλωτές στο σύνολό τους. Οι εν λόγω βελτιώσεις θα πρέπει να ωφελούν, πέραν από την καταγγελλόμενη, και τους πελάτες και τον τελικό καταναλωτή, γεγονός που δεν προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου εν προκειμένω. Ομοίως η ΑΖ δεν αποδεικνύει ότι έχουν επιτευχθεί μειωμένες τιμές διάθεσης των προϊόντων της λόγω των επικαλούμενων συνεργειών. Επιπλέον, η κρινόμενη συμπεριφορά εξαλείφει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, και καταργεί τις περισσότερες υφιστάμενες πηγές πραγματικού ή δυνητικού ανταγωνισμού. Οι αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, όπως αυτές αναλύθηκαν ανωτέρω, δεν δύναται να αντισταθμιστούν από τις υποτιθέμενες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας[1235].

1113 Τέταρτον, με δεδομένο ότι ο ανταγωνισμός στη σχετική αγορά είναι μειωμένος λόγω της ύπαρξης της δεσπόζουσας επιχείρησης και ότι η πρόσβαση στα κανάλια διάθεσης έχει καταστεί δυσχερής λόγω των προεκτεθεισών πρακτικών αποκλειστικότητας και αποκλεισμού, η ανάγκη προστασίας της ανταγωνιστικής διαδικασίας υπεραντισταθμίζει τα όποια οφέλη από βελτιώσεις αποτελεσματικότητας.

1114 Εξάλλου, συμπεριφορά αποκλεισμού που διατηρεί, δημιουργεί ή ενισχύει τη θέση της στην αγορά δεν δύναται να δικαιολογηθεί με το επιχείρημα ότι οδηγεί σε βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας (βλ. ανωτέρω αναφορικά με την ιδιαίτερη ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης). Συναφώς, κατά πάγια νομολογία, μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί μεν να λαμβάνει εύλογα μέτρα για την υπεράσπιση των συμφερόντων της, πλην όμως είναι ανεπίτρεπτη κάθε ενέργεια που αποσκοπεί στην ενίσχυση ή κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της[1236]. Επιπροσθέτως, ο ισχυρισμούς της ΑΖ ότι οι εκπτώσεις δημιουργούν πλεονεκτήματα κόστους ή άλλα πλεονεκτήματα τα οποία μεταφέρονται στους πελάτες δεν μπορεί να γίνει δεκτός, καθώς κατά πάγια νομολογία μια συμπεριφορά που οδηγεί στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών μιας δεσπόζουσας επιχείρησης από την αγορά δεν μπορεί να δικαιολογηθεί επειδή επιφέρει βραχυπρόθεσμα κάποια πλεονεκτήματα στους πελάτες της δεσπόζουσας[1237]. Τέλος, στην υπό

[1235] Επισημαίνεται, συναφώς, ότι ακόμη και εμπορικές πρακτικές, οι οποίες τυχόν συμβάλλουν στη βελτίωση της διάθεσης των προϊόντων και έχουν ουδέτερα ή θετικά αποτελέσματα εντός μιας αγοράς στην οποία επικρατεί ισορροπία, μπορούν να περιορίσουν τον ανταγωνισμό, όταν ασκούνται από επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση εντός της σχετικής αγοράς, όπως ακριβώς εν προκειμένω [βλ. σχετ. ΠΕΚ Τ-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 159 και απόφαση ΕΑ 520/2011 - Tasty].

[1236] Βλ. ΠΕΚ Τ-340/03 FranceTelecom κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σελ. II-107, σκ. 185 επ., ΠΕΚ Τ-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. II-389, σκ. 117, και ΠΕΚ Τ-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. II-2969, σκ. 112 & 189.

[1237] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 120-121. Επιπλέον, κατά τη νομολογία, η τυχόν επιθυμία της δεσπόζουσας επιχείρησης για περισσότερες πωλήσεις και/ ή για

εξέταση περίπτωση, όπως αναλυτικά καταδείχθηκε ανωτέρω, η υιοθέτηση των ρητρών αποκλειστικότητας και των πρακτικών αποκλεισμού απέβλεπε στην διασφάλιση της κυριαρχίας της ΑΖ που αναπόφευκτα θα οδηγούσε στον εξοβελισμό των ανταγωνιστών της.

1115 Συμπερασματικά, οι ισχυρισμοί της ΑΖ περί του ότι ακόμη και εάν ήθελε συναχθεί ότι σε ορισμένες μεμονωμένες περιπτώσεις η ΑΖ είχε επιβάλλει αποκλειστικότητα υποχρεώνοντας τις αντισυμβαλλόμενες επιχειρήσεις να καλύψουν το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους με προϊόντα ζύθου της ΑΖ, δεν μπορούσε να προκληθεί, και δεν προκλήθηκε, κανένα αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα και έπρεπε να διερευνηθεί η δομή της αγοράς, η θέση της ΑΖ και των ανταγωνιστών της, η χρονική διάρκεια των συμβάσεων και το ποσοστό δέσμευσης της εν λόγω αγοράς, για να κριθεί εάν οι συμφωνίες αυτές ήταν ικανές να επιφέρουν αποτελέσματα στεγανοποίησης της αγοράς είναι απορριπτέοι ως αλυσιτελείς και αβάσιμοι. Η επιβολή υποχρεώσεων αποκλειστικότητας από μία επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση συνιστά παράβαση του άρθρου 102 ΣΛΕΕ. Ειδικότερα, μία επιχείρηση η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μία αγορά και δεσμεύει αγοραστές – ακόμη και αν το πράττει μετά από δικό τους αίτημα – με μία υποχρέωση ή υπόσχεση εκ μέρους τους ότι θα προμηθεύονται το σύνολο ή το μεγαλύτερο μέρος των αναγκών τους αποκλειστικά από τη συγκεκριμένη επιχείρηση καταχράται τη δεσπόζουσα θέση της, σύμφωνα με το άρθρο 102 ΣΛΕΕ, ανεξαρτήτως του αν η εν λόγω αποκλειστικότητα συμφωνήθηκε χωρίς περαιτέρω παροχές ή σε αντάλλαγμα χορηγούμενης έκπτωσης[1238].

1116 Κατά πάγια νομολογία, οι ρήτρες αποκλειστικής αγοράς, όταν επιβάλλονται από δεσπόζουσες επιχειρήσεις, από τη φύση τους κατατείνουν στη διατήρηση ή/και ενίσχυση του δεσμού εξάρτησης που υφίσταται μεταξύ της δεσπόζουσας επιχείρησης και των πελατών της. Τέτοιου είδους υποχρεώσεις παρεμποδίζουν τον αγοραστή να επιλέξει τις πηγές εφοδιασμού του, δυσχεραίνουν την πρόσβαση νέων ανταγωνιστών στη βαθμίδα του προμηθευτή (αφού δυσχεραίνεται η συνεργασία τους με τους διανομείς των προϊόντων, άρα η πρόσβασή τους στα δίκτυα διανομής), αποτρέπουν την περαιτέρω επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών και επιτρέπουν στη δεσπόζουσα επιχείρηση να διατηρήσει και να ενισχύσει τη δεσπόζουσα θέση της στην αγορά. Τα ανωτέρω ισχύουν, τόσο στην περίπτωση που οι εν λόγω υποχρεώσεις συμφωνούνται με διανομείς, όσο και στην περίπτωση που επιβάλλονται σε

καλύτερο προγραμματισμό της παραγωγής της δεν δικαιολογούν τη χορήγηση εκπτώσεων βάσει στόχων αγορών [βλ. σχετ. ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 13, καθώς και ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 85], συνεπώς βελτιώσεις της διανεμητικής ή παραγωγικής αποτελεσματικότητας δεν γίνονται δεκτές από την νομολογία προς δικαιολόγηση τέτοιου τύπου προγραμμάτων εκπτώσεων, λαμβανομένης πάντα υπόψη της ιδιαίτερης ευθύνης που φέρει η δεσπόζουσα επιχείρηση να μην παρεμποδίζει τη λειτουργία του ανταγωνισμού (βλ. απόφαση ΕΑ 520/2011 - Tasty).

[1238]Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις αποφάσεις ΔΕΕ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 89, ΔΕΕ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. I-3359, σκ. 149, ΓενΔΕΕ T-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. II-389, σκ. 68, και ΓενΔΕΕ T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-4653, σκ. 160 και απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty παρ. 192 επ., επικυρωθείσα από το Εφετείο (ΔΕφΑθ 869/2013 – σύμφωνα με την εν λόγω απόφαση: «για τη στοιχειοθέτηση παράβασης του άρθρου 2 του Ν 703/1977 δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης κάποιας επιχείρησης είχε συγκεκριμένο αποτέλεσμα στις οικείες αγορές, αλλά αρκεί ν` αποδειχθεί ότι η καταχρηστική συμπεριφορά της κατατείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό, δηλαδή, ότι αυτή μπορεί να έχει τέτοιο αποτέλεσμα ανεξαρτήτως του αν αυτό δεν επήλθε τελικά»).

πελάτες[1239].

1117 Όπως προαναφέρθηκε, προκειμένου να τύχει εφαρμογής το άρθρο 102 ΣΛΕΕ (και, αντιστοίχως, το άρθρο 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011) σε τέτοιου είδους υποχρεώσεις αποκλειστικότητας δεν απαιτείται να αποδειχθεί ο πραγματικός αντίκτυπος των εν λόγω πρακτικών στην αγορά. Οι ρήτρες αποκλειστικότητας από τη φύση τους έχουν τη δυνατότητα στεγανοποίησης της αγοράς[1240]. Δεν απαιτείται, συνεπώς, να αποδειχθεί αν ο σκοπούμενος αποκλεισμός των ανταγωνιστών όντως έλαβε χώρα, ποιο είναι το ποσοστό της αγοράς που δεσμεύεται από τις υπό εξέταση ρήτρες αποκλειστικότητας, αν δημιουργούνται σημαντικά εμπόδια στην είσοδο και επέκταση στην αγορά μελλοντικών ή υφιστάμενων ανταγωνιστών κ.λπ. Και τούτο διότι, λόγω ακριβώς της δεσπόζουσας θέσης που κατέχει ο προμηθευτής, ο ανταγωνισμός στην εν λόγω αγορά είναι ήδη περιορισμένος και η δομή αυτής μη φυσιολογική[1241].

1118 Η ως άνω ανάλυση ισχύει και για τη χορήγηση εκπτώσεων με τον όρο ότι αυτές δίδονται σε αντιστάθμισμα της συμφωνηθείσας αποκλειστικότητας. Τέτοιες εκπτώσεις συνιστούν αυτοτελή παράβαση των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ[1242]. Στην περίπτωση που συντρέχουν με ρήτρες αποκλειστικής αγοράς, λειτουργούν ενισχυτικά ως προς αυτές, επιτείνοντας τα αποτελέσματα αποκλεισμού[1243].

1119 Εν προκειμένω, με βάση την ως άνω παρατιθέμενη νομολογία, οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας, οι οποίες εφαρμόζονται συστηματικά στις συναλλακτικές της σχέσεις με τους χονδρεμπόρους, αντίκεινται στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, άνευ ετέρου. Και τούτο, διότι τείνουν από τη φύση τους να περιορίσουν τον ανταγωνισμό (αφενός περιορίζοντας τις δυνατότητες του αγοραστή να επιλέξει τις πηγές εφοδιασμού του, και αφετέρου δυσχεραίνοντας την πρόσβαση των ανταγωνιστών στην αγορά). Επιπλέον, δεν συντρέχει ως προς αυτές καμία αντικειμενική δικαιολόγηση. Συναφώς, οι ισχυρισμοί της ΑΖ ότι οι επίμαχες συμφωνίες είναι λίγες, δεν δεσμεύουν σημαντικό μέρος της αγοράς και δεν μπορούν να εμποδίσουν πράγματι τη λειτουργία του ανταγωνισμού, πέραν του ότι είναι ουσία αβάσιμοι, προβάλλονται αλυσιτελώς δεδομένου ότι δεν απαιτείται να αποδειχθεί ότι η οικεία καταχρηστική συμπεριφορά επέφερε συγκεκριμένα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα στην αγορά. Για τον ίδιο, άλλωστε, λόγο, απορριπτέος είναι και ο ισχυρισμός ότι τάχα δεν προκλήθηκε βλάβη στους καταναλωτές[1244].

[1239]Βλ. ενδεικτικά ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 208-209, ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & BritishGypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 ΙΙ-389, σκ. 69 και 71, ΔΕΚ C-62/86 AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής Συλλ. 1991 σελ. Ι-3359, σκ. 149 και ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 90 και απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty παρ. 192 επ.

[1240]Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 90, ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 289, καθώς και απόφαση Ευρ. Επιτροπής Prokent-Tomra, ΕΕ C(2006)734, παρ. 290.

[1241]Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1993 σελ. ΙΙ-389, σκ. 67, καθώς και ΔΕΚ C-310/93 PBP Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής Συλλ. 1995, σελ. Ι-5077, σκ. 11, και σχετικές Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Léger, Συλλ. 1995, σελ. Ι-865, σκ. 44-47.

[1242]Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. ΙΙ-2969, σκ. 194 επ. καθώς και απόφαση Ευρ. Επιτροπής Prokent-Tomra, ΕΕ C(2006)734, παρ. 286.

[1243]Απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty παρ. 195.

[1244]Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 35, καθώς και ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (curia), σκ. 287-290.

1120 Περαιτέρω, οι εξεταζόμενες ρήτρες αποκλειστικότητας αντίκεινται στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, τόσο αυτοτελώς[1245] όσο και σε συνδυασμό με τις παρεχόμενες εκπτώσεις και παροχές αποκλειστικότητας, οι οποίες ενισχύουν έτι περαιτέρω τα αποτελέσματα της ρήτρας αποκλειστικότητας. Και τούτο, διότι κατά την υποθετική περίπτωση που κάποιος πελάτης θα αποφάσιζε να αλλάξει προμηθευτή, θα έπρεπε να συνυπολογίσει στις απώλειές του, τόσο τον κύκλο εργασιών από τα διακοπτόμενα προϊόντα, όσο και την εν λόγω υψηλού ποσοστού έκπτωση ή την υψηλή παροχή αποκλειστικότητας[1246]. Εξάλλου, η χορήγηση της εν λόγω έκπτωσης υπό τη μορφή ανταλλάγματος για την αποκλειστικότητα συνιστά και αυτοτελώς παράβαση των άρθρων 2 του ν. 703/77 και 102 ΣΛΕΕ.

1121 Εξάλλου, κατά τη νομολογία, οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις φέρουν ιδιαίτερη ευθύνη να μη βλάπτουν, με τη συμπεριφορά τους, την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά. Συνεπώς, οι καταχρηστικές πρακτικές αυτών των επιχειρήσεων απαγορεύονται άνευ εξαιρέσεως[1247]. Η ΑΖ δεν πρόβαλε επιχειρήματα, ούτε και προσκόμισε στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι η εξεταζόμενη πρακτική έχει κάποια αντικειμενική δικαιολόγηση και ότι, ως εκ τούτου, δεν θα πρέπει να θεωρηθεί ότι εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Το σχετικό βάρος απόδειξης φέρει η δεσπόζουσα επιχείρηση και, με βάση την αρχή της αναλογικότητας, η επιχειρηματολογία της θα πρέπει να είναι ειδική και συγκεκριμένη[1248]. Εν προκειμένω, δεν προβλήθηκε, ούτε και στοιχειοθετήθηκε αντικειμενική δικαιολόγηση κατά την ερμηνεία του όρου στην ισχύουσα πρακτική και νομολογία. Ειδικότερα, η επιβολή των εξεταζόμενων αποκλειστικοτήτων από την ΑΖ δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αποβλέπει στην εξυπηρέτηση ενός θεμιτού σκοπού δημοσίου συμφέροντος, ούτε και ότι συντρέχουν λόγοι υγείας ή ασφάλειας ή άλλοι τυχόν εξωτερικοί παράγοντες που διαμόρφωσαν την εμπορική πρακτική της. Είναι δε σαφές ότι κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει στην εξεταζόμενη περίπτωση.

1122 Κατά τα λοιπά, οι επικαλούμενες βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας δεν στοιχειοθετούν αντικειμενική δικαιολόγηση κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους: ακόμη και αν ήθελε γίνει δεκτό ότι ορισμένες από τις βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας που επικαλείται η καταγγελλόμενη είναι βάσιμες ή/και έχουν ήδη υλοποιηθεί (γεγονός που δεν αποδεικνύεται), π.χ. ότι επιτεύχθηκε μείωση του κόστους διανομής, εκτιμάται ότι οι ίδιες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας θα μπορούσαν να επιτευχθούν και με σαφώς λιγότερο περιοριστικά μέτρα. Σε κάθε περίπτωση, εν προκειμένω, από τις όποιες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας επωφελείται η ίδια η ΑΖ ή οι αντισυμβαλλόμενοί της, και όχι οι καταναλωτές στο σύνολό τους. Επομένως, οι αρνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, όπως αυτές αναλύθηκαν ανωτέρω, δεν δύναται να αντισταθμιστούν από τις υποτιθέμενες βελτιώσεις αποτελεσματικότητας.

[1245]Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-LaRoche κατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 120.

[1246]Επίσης, δεδομένου ότι η ΑΖ αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» στην αγορά λόγω της θέσης της και της ιδιαίτερης φήμης των σημάτων της (βλ. παραπάνω), το πιθανό αποτέλεσμα αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καθίσταται ιδιαίτερα έντονο, δεδομένου ότι αυτοί δεν είναι σε θέση να την ανταγωνιστούν σε ισότιμη βάση για τη συνολική ζήτηση ενός πελάτη.

[1247]Βλ. σχετ. απόφαση ΠΕΚ Τ-191/98 Atlantic Container Line (TACA) Συλλ. 2003, σελ.ΙΙ-3275, σκ. 1109 και νομολογία στην οποία παραπέμπει.

[1248]Βλ. σχετ. απόφαση ΠΕΚ Τ-201/04 Microsoft κατά Επιτροπής Συλλ. 2007 σελ. ΙΙ-3601, σκ. 688.

Τουναντίον, η κρινόμενη συμπεριφορά εξαλείφει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό, και καταργεί τις περισσότερες υφιστάμενες πηγές πραγματικού ή δυνητικού ανταγωνισμού. Με δεδομένο ότι ο ανταγωνισμός στη σχετική αγορά έχει διαβρωθεί λόγω της θέσης και των πρακτικών της ΑΖ και ότι η πρόσβαση σε τελικά σημεία και επίπεδο χονδρικής έχει καταστεί ιδιαίτερα δυσχερής λόγω των συμβάσεων αποκλειστικότητας, η ανάγκη προστασίας της ανταγωνιστικής διαδικασίας υπεραντισταθμίζει τα όποια οφέλη από βελτιώσεις αποτελεσματικότητας. Εξάλλου, συμπεριφορά αποκλεισμού που διατηρεί, δημιουργεί ή ενισχύει τη θέση της στην αγορά δεν δύναται να δικαιολογηθεί με το επιχείρημα ότι οδηγεί σε βελτιώσεις της αποτελεσματικότητας αναφορικά με την ιδιαίτερη ευθύνη της δεσπόζουσας επιχείρησης. Συναφώς, κατά πάγια νομολογία, μια δεσπόζουσα επιχείρηση μπορεί μεν να λαμβάνει εύλογα μέτρα για την υπεράσπιση των συμφερόντων της, πλην όμως είναι ανεπίτρεπτη κάθε ενέργεια που αποσκοπεί στην ενίσχυση ή κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της[1249]. Επιπροσθέτως, ο ισχυρισμός ότι με τις εν λόγω πρακτικές δημιουργούνται πλεονεκτήματα κόστους ή άλλα πλεονεκτήματα τα οποία μεταφέρονται στους πελάτες δεν μπορεί να γίνει δεκτός, καθώς κατά πάγια νομολογία μια συμπεριφορά που οδηγεί στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών μιας δεσπόζουσας επιχείρησης από την αγορά δεν μπορεί να δικαιολογηθεί επειδή επιφέρει βραχυπρόθεσμα κάποια πλεονεκτήματα στους πελάτες της δεσπόζουσας[1250].

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β

ΕΠΙΒΟΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΟΡΟΥ ΓΙΑ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟΥ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΡΑΦΙΟΥ ΜΕ ΑΝΤΑΛΛΑΓΜΑ ΤΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΠΙΣΤΕΩΣ ΣΤΑ ΣΟΥΠΕΡ ΜΑΡΚΕΤ

1123 Κατά την άποψη της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, από την αξιολόγηση των στοιχείων του φακέλου προκύπτει με σαφήνεια ότι ο επιβαλλόμενος από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρος επίτευξης ικανοποιητικού, κατά την κρίση της, μεριδίου στο ράφι σε όλα τα καταστήματα του αντισυμβαλλομένου σούπερ μάρκετ, με αντάλλαγμα την καταβολή ανά τακτά χρονικά διαστήματα περαιτέρω ειδικής έκπτωσης ανερχόμενης σε ποσοστό επί του συνολικού τζίρου του Πελάτη στα προϊόντα της καθ' ης και υπό τον όρο ότι η εκπλήρωση θα έχει διαπιστωθεί από εξουσιοδοτημένους υπαλλήλους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, είναι καταχρηστικός, μη δίκαιος και επαυξάνων την πελατειακή πίστη και τον αποκλεισμό ανταγωνιστών. Επισημαίνεται ότι η επιβολή υποχρέωσης κάλυψης συγκεκριμένης αναλογίας στο ράφι είναι εκ προοιμίου προβληματική για τις δεσπόζουσες επιχειρήσεις, αφού οι πελάτες πρέπει να έχουν την απόλυτη ελευθερία να επιλέγουν μεγαλύτερες από το εκάστοτε ποσοστό, αναλογίες για τους ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης - άλλως περιορίζεται η δυνατότητα εισόδου και ανάπτυξης των ανταγωνιστών στο βασικό αυτό δίαυλο διάθεσης των προϊόντων. Η δεσπόζουσα επιχείρηση παραβαίνει το άρθρο 2 ν. 3959/2011 και το άρθρο 102

[1249]Βλ. ΠΕΚ Τ-340/03 FranceTelecom κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σελ. ΙΙ-107, σκ. 185 επ., ΠΕΚ Τ-65/89, BPB Industries και British Gypsum κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. ΙΙ-389, σκ. 117, και ΠΕΚ Τ-228/97 Irish Sugar Plc κατά Επιτροπής Συλλ. 1999 σελ. ΙΙ-2969, σκ. 112 και 189.

[1250]Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΕ 85/76 Hoffmann-LaRocheκατά Επιτροπής Συλλ. 1979 σελ. 461, σκ. 120-121, απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty παρ. 203.

ΣΛΕΕ, εφόσον το σύστημα εκπτώσεών της είναι ικανό να παρεμποδίζει τους μεταπωλητές από το να μπορούν να επιλέγουν, ανά πάσα στιγμή, ελεύθερα και σε συνάρτηση με την κατάσταση της αγοράς, την ευνοϊκότερη μεταξύ των προσφορών που τους κάνουν διάφοροι ανταγωνιστές και να αλλάζουν προμηθευτή χωρίς αισθητές οικονομικές δυσμενείς συνέπειες[1251].

1124 Εν προκειμένω οι εξεταζόμενοι συμβατικοί όροι έχουν ως εξής :

1125 Στην από […]σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την « […]» ετήσιας διάρκειας ανευρίσκονται οι ακόλουθοι όροι:
«[…]».

1126 Αντίστοιχα περιλαμβάνονται στην από […] σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την « […]», καθώς και στην από […] σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την « […]», αμφότερες […]διάρκειας, όπου περιέχονται οι ακόλουθοι όροι:
[…][1252][…]».

1127 Αντίστοιχα στην από […] σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την « […]» για το έτος […] προβλέπεται ότι: « […]».

1128 Η καταχρηστική συμπεριφορά διαπιστώνεται εν προκειμένω καταρχήν από τις ανωτέρω συμβάσεις. Όπως αναλύεται κατωτέρω ουδεμία *«παρερμηνεία»* υφίσταται, όπως υποστηρίζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και οι ισχυρισμοί της καθ' ης ότι τα σούπερ μάρκετ κατέρριψαν κάθε σχετική κατηγορία για την περίοδο 2001-2012 για την οποία ρωτήθηκαν, ενώ η διαπιστωθείσα κατάχρηση αφορά μόνο το έτος 2000 είναι αλυσιτελείς και αβάσιμοι[1253].

1129 Πιο συγκεκριμένα, κατά την άποψη της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, οι ως άνω εκπτώσεις που παρέχονταν ως αντάλλαγμα για την επίτευξη ικανοποιητικού μεριδίου στο ράφι συνιστούν εκπτώσεις πίστης εξατομικευμένες και αναδρομικές, για […] περίοδο αναφοράς, που χορηγούνται ως ποσοστό, βάσει του συνόλου των πωλήσεων των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης και που εξαρτώνται άρα από τον όγκο των πωλήσεων σε προϊόντα της Αθηναϊκής και όχι από αντικειμενικά ποσοτικά όρια, καθώς και από την επίτευξη του ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού. Ο χαρακτήρας των χορηγούμενων εκπτώσεων οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι εν λόγω εκπτώσεις στερούνται οποιασδήποτε αντικειμενικής σχέσης με την επίτευξη υψηλότερων πωλήσεων από τη δεσπόζουσα επιχείρηση[1254].

1130 Ο ανωτέρω όρος με τα συστατικά του μέρη (υποχρέωση επίτευξης ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού σε όλα τα καταστήματα των αλυσίδων – έναντι περαιτέρω έκπτωσης επί του συνολικού τζίρου της περιόδου αναφοράς – εφόσον διαπιστωθεί η εκπλήρωση του όρου από τους υπαλήλους της καθ' ης κατά τα ανωτέρω) θίγει τη δυνατότητα του πελάτη της δεσπόζουσας επιχείρησης να επιλέγει εντελώς ελεύθερα μεταξύ των ανταγωνιστικών προμηθευτών, κατά παράβαση της ειδικής ευθύνης της δεσπόζουσας επιχείρησης να μην προβαίνει σε πρακτικές που μπορούν να οδηγήσουν σε αποκλεισμό

1251 Απόφαση ΠΕΚ της 30.09.2003, Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, υπόθεση T-203/01, Συλλ. II-04071, σκ. 240 επ.
1252 […].
1253 Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 480-481 και 516.
1254 Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. II-5917, σκ. 282-283.

των ανταγωνιστών. Επίσης ο όρος αυτός δεν στηρίζεται σε οικονομική παροχή που να δικαιολογεί αντικειμενικά τη χορήγηση του εν λόγω πλεονεκτήματος, αλλά αποσκοπεί στον περιορισμό της δυνατότητας του αγοραστή να επιλέγει τις πηγές εφοδιασμού του και στην παρεμπόδιση της εισόδου άλλων παραγωγών στην αγορά. Έτσι, με την έκπτωση αυτή επιδιώκεται, μέσω της χορηγήσεως οικονομικών πλεονεκτημάτων, η παρεμπόδιση του εφοδιασμού των πελατών από ανταγωνιστές παραγωγούς[1255].

1131 Εν προκειμένω, η ΑΖ χρησιμοποιεί εκτεταμένα την παροχή σημαντικών οικονομικών κινήτρων, εδώ με τη μορφή έκπτωσης, η οποία καταβάλλεται συνήθως είτε ανά τρίμηνο είτε ανά εξάμηνο, για τη δέσμευση «ικανοποιητικού» (και πολύ υψηλού –αν ληφθεί υπόψη το μερίδιό της στην αγορά κατά την ισχύ των συμβάσεων- ποσοστού του διαθέσιμου σε ράφια χώρου για την πώληση των προϊόντων ζύθου της. Η ως άνω πρακτική καταλαμβάνει σημαντικό αριθμό καταστημάτων σούπερ μάρκετ που ανήκουν σε αυτές τις αλυσίδες και καλύπτει το σύνολο των προϊόντων και κωδικών της καθ' ης, ανεξαρτήτως του αν αυτά έχουν ήδη καθιερωθεί στην αγορά και στη συνείδηση των καταναλωτών ή συνιστούν νέα προϊόντα. Κατά την κρίση της Επιτροπής, η εξεταζόμενη συμπεριφορά παρεμποδίζει την ανάπτυξη του ανταγωνισμού στο εν λόγω κανάλι αγοράς, αφού αποσκοπεί τουλάχιστον στην παγίωση ενός σημαντικού μέρους της ζήτησης, και κατατείνει στην παρεμπόδιση της εισόδου ή/και των ανταγωνιστών σε ένα αποτελεσματικό σημείο διανομής των προϊόντων τους. Τέλος, οδηγεί και στον περιορισμό της ποικιλίας των προσφερόμενων στον καταναλωτή αγαθών[1256].

1132 Όταν μία επιχείρηση, όπως η ΑΖ, αποτελεί αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο, ακόμη και εκπτώσεις, οι οποίες δεν δίνονται υπό τη ρητή προϋπόθεση αποκλειστικότητας, δύνανται να έχουν ένα ισχυρό αποτέλεσμα ενίσχυσης της πίστης του πελάτη, ιδίως στις περιπτώσεις όπου έχουν ατομικό και αναδρομικό χαρακτήρα. Οι συγκεκριμένες εκπτώσεις έναντι υπέρμετρης δέσμευσης (περίπου [75-85]% αν ακολουθηθεί το μερίδιο αγοράς της ΑΖ) του διαθέσιμου χώρου στο ράφι έχουν ένα ισχυρό αποτέλεσμα ενίσχυσης της πίστης του πελάτη, κατατείνοντας σαφώς στην επίτευξη αποκλειστικότητας ή σχεδόν αποκλειστικότητας παρεμποδίζοντας την ανάπτυξη των ανταγωνιστών και παγιώνοντας το μερίδιο αγοράς της ΑΖ[1257].

1133 Περαιτέρω, σύστημα εκπτώσεων εφαρμοζόμενο από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση, το οποίο της επιτρέπει σημαντικά περιθώρια εκτιμήσεως κατά διακριτική ευχέρεια όσον αφορά τη δυνατότητα του μεταπωλητή να τύχει της εκπτώσεως, πρέπει να θεωρηθεί ως μη δίκαιο και συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση από επιχείρηση της δεσπόζουσας θέσεώς της εντός της αγοράς, κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ (πρώην 82 ΣΕΚ)[1258] και του άρθρου 2 ν. 703/1977 και του άρθρου 2 ν. 3959/2011.

[1255] Βλ. και απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 90, και απόφαση Tomra του Γενικού Δικαστηρίου, σκέψη 209 επ.

[1256] Βλ. ενδεικτικά ΓενΔικ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Δικαστηρίου (curia), σκ. 218 και 223, και απόφαση ΕΑ Tasty – 520/2011.

[1257] Βλ. ΠΕΚ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 218 και 223 και απόφαση ΕΑ 520/2011, παρ. 284.

[1258] Βλ. απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση T-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] II-4082, παρ. 141 καθώς και παρ. 140 σύμφωνα με την οποία *«[...] η προς μεταπωλητή παροχή εκπτώσεως από επιχείρηση κατέχουσα δεσπόζουσα θέση πρέπει να στηρίζεται σε αντικειμενικό οικονομικό λόγο που να τη δικαιολογεί [...]. Η παροχή εκπτώσεως δεν μπορεί να εξαρτάται από υποκειμενική εκτίμηση, εκ μέρους της επιχειρήσεως η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, της συμμορφώσεως του πωλητή προς τις δεσμεύσεις του οι οποίες παρέχουν δικαίωμα εκπτώσεως [...]»*.

Κριτήρια χορήγησης εκπτώσεων ασαφή και υποκειμενικά, η πλήρωση των οποίων εναπόκειται στους εκπροσώπους της δεσπόζουσας επιχείρησης, δίδουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση αυτή, αν δεν έχουν κατά την κρίση της εκπληρωθεί οι όροι, να μειώνει ή να μην χορηγεί τις εν λόγω εκπτώσεις υπάγοντας τους όρους που εφαρμόζει στους πωλητές στην υποκειμενική της εκτίμηση. Ακόμα και εάν η δυνατότητα αυτή αξιοποιείται σε εξαιρετικές περιστάσεις, τούτο δεν αλλοιώνει τον καταχρηστικό χαρακτήρα της πρακτικής αυτής. Η δεσπόζουσα επιχείρηση έχει ειδική ευθύνη να μην υιοθετεί πρακτικές που κατατείνουν σε υποκειμενική / διακριτική μεταχείριση και ιδίως που οδηγούν σε διακρίσεις επιβραβεύοντας την επίταση της πίστης του πελάτη[1259], [1260].

1134 Εν προκειμένω, το γεγονός ότι το «ικανοποιητικό» μερίδιο προσδιοριζόταν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και, επομένως, η χορήγηση της έκπτωσης εξηρτάτο από το μερίδιο στο ράφι που επιθυμούσε να αποκτήσει η δεσπόζουσα επιχείρηση, είναι σοβαρή παράμετρος καταχρηστικότητας, η οποία, κατά την άποψη της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, δεν μπορεί να δικαιολογηθεί αντικειμενικά. Ειδικότερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξαρτούσε την παροχή των ως άνω εκπτώσεων από την κρίση και τη διαπίστωση των εξουσιοδοτημένων υπαλλήλων της, σε σχέση με το αν ο όρος αυτός είχε πραγματοποιηθεί, ότι δηλ. τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας πράγματι καταλάμβαναν "ικανοποιητικό" μερίδιο ραφιού, διαπίστωση εν πολλοίς υποκειμενική, η οποία άφηνε σημαντικό περιθώριο εκτίμησης στους ως άνω υπαλλήλους της καθ' ης και, ιδίως, ωθούσε τα σούπερ μάρκετ να πραγματοποιούν όσο το δυνατόν μεγαλύτερες αγορές σε προϊόντα της ΑΖ, από κοινού και με τις άλλες εκπτώσεις που χορηγούσε η ΑΖ. Ο εκάστοτε πελάτης - σούπερ μάρκετ, προκειμένου να είναι σίγουρος ότι θα καταφέρει να φτάσει τα ικανοποιητικά επίπεδα και να επωφεληθεί της έκπτωσης, οδηγούνταν να αγοράσει / καλύψει το ράφι με όσο το δυνατόν περισσότερα προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης, εις βάρος των ανταγωνιστικών προϊόντων. Λόγω και της υποκειμενικής εκτίμησης της τήρησης των όρων αυτών, ο μεταπωλητής/αλυσίδα super market ευρίσκετο σε κατάσταση ανασφάλειας, καθώς δεν μπορούσε να προβλέψει με βεβαιότητα, αν θα ελάμβανε τη σχετική έκπτωση. Το γεγονός αυτό εξ ορισμού λειτουργούσε αρνητικά για την είσοδο ή την ανάπτυξη των πραγματικών και δυνητικών ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

1135 Περαιτέρω, επρόκειτο για εκπτώσεις με τη χορήγηση πλεονεκτήματος που δεν στηρίζεται σε καμία οικονομική παροχή που να το δικαιολογεί, οι οποίες τείνουν να εξαλείψουν ή να περιορίσουν τη δυνατότητα που έχει ο αγοραστής να επιλέγει τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο των ανταγωνιστών στην αγορά, να επιβάλουν σε αντισυμβαλλομένους άνισους όρους για ισοδύναμες παροχές και να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση νοθεύοντας τον ανταγωνισμό.

[1259] 2002/405/ΕΚ, MICHELIN, σκ. 250-253, T-203/01, Michelin κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ό.π. σκ. 138-150.

[1260] Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην υπόθεση COMP/E-2/36.041/PO-Michelin (Michelin II) έκρινε ότι το σύστημα πριμοδότησης για υπηρεσίες (service bonus) είχε μη δίκαιο χαρακτήρα λόγω των λεπτομερειών καθορισμού του, καθώς η χορήγηση πόντων είχε αρκετά υποκειμενικό χαρακτήρα και άφηνε μεγάλη διακριτική ευχέρεια στη Michelin. Με τον τρόπο αυτό, ο εκπρόσωπος της δεσπόζουσας επιχείρησης μπορούσε να ασκήσει πίεση επί του πωλητή όσον αφορά την ανάληψη μελλοντικών υποχρεώσεων και να χρησιμοποιήσει, ενδεχομένως, το μηχανισμό κατά τρόπο διακριτικό.
Βλ. σχετικά απόφαση της Επιτροπής της 20.6.2001 στην υπόθεση COMP/E-2/36.041/PO-Michelin, ΕΕ L 143/1, παρ. 252 σύμφωνα με την οποία: *"[...] ορισμένα κριτήρια αξιολόγησης ήταν, από τη φύση τους υποκειμενικά ή/και ο αριθμός των πόντων μπορούσε να διαφέρει «ανάλογα με την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών»"*.

1136 Ενόψει των ανωτέρω, ο ισχυρισμός της καθ΄ ης ότι η διάταξη αυτή αποτυπώνει ένα γενικό δικαίωμα ελέγχου των συμφωνηθέντων και αφορά την τήρηση όλων των υποχρεώσεων που προαναφέρονται και όχι ειδικά την «επιτήρηση» του ικανοποιητικού ή μη μεριδίου ραφιού[1261] είναι αλυσιτελής, δεδομένου ότι και αληθής υποτιθέμενος δεν παύει να είναι αόριστος, να χαρακτηρίζεται από έλλειψη διαφάνειας και να αφορά και την «επιτήρηση» του μεριδίου, άρα αποτυπώνει την εξάρτηση της απόδοσης της παροχής από την υποκειμενική διαπίστωση της καθ΄ης. Δεύτερον, οι συναφείς ισχυρισμοί της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ότι ο εν λόγω όρος δεν δημιουργεί «ανασφάλεια», αλλά πρόκειται για μία γενική συνήθη ρήτρα η οποία δεν είναι παράνομη ούτε καταχρηστική[1262] θα πρέπει να απορριφθούν ως αλυσιτελείς και σε κάθε περίπτωση αβάσιμοι δεδομένων των συνθηκών χορήγησης της έκπτωσης, των εν γένει πρακτικών ενίσχυσης της πίστης των πελατών που χρησιμοποιεί η ΑΖ και της κατά τα ανωτέρω ιδιαίτερης ευθύνης της δεσπόζουσας επιχείρησης. Οι συνθήκες χορήγησης της έκπτωσης ενισχύουν το συμπέρασμα ότι η μόνη αιτία για τη χορήγηση των σχετικών οικονομικών παροχών ήταν η διατήρηση ή/και παγίωση της υπερδεσπόζουσας θέσης της καταγγελλόμενης στο κανάλι της μελλοντικής κατανάλωσης[1263].

1137 Επομένως, κατά την κρίση της πλειοψηφίας των μελών της Επιτροπής, η συνδρομή εν προκειμένω μιας σειράς παραγόντων, όπως το ιδιαιτέρως υψηλό μερίδιο αγοράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τη διάρκεια ισχύος των εν λόγω συμβάσεων και η έλλειψη ισχύος των ανταγωνιστών της (βλ. ανωτέρω), καθώς και το γεγονός ότι η ως άνω πρακτική συνδυάζεται με σειρά άλλων επάλληλων πρακτικών αποκλεισμού ανταγωνιστών, ενισχύουν το συμπέρασμα ότι η εξεταζόμενη συμπεριφορά παρεμποδίζει την ανάπτυξη του ανταγωνισμού στο εν λόγω κανάλι αγοράς, αφού αποσκοπεί στην παγίωση ενός σημαντικού μέρους της ζήτησης και στη διατήρηση ή ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ η οποία τότε, όπως προεκτέθηκε, κατείχε στην αγορά μ.α. περίπου 80%, και κατατείνει στην παρεμπόδιση της εισόδου ή/και των ανταγωνιστών σε ένα έναν πολύ σημαντικό δίαυλο διανομής των προϊόντων τους. Τέλος, οδηγεί και στον περιορισμό της ποικιλίας των προσφερόμενων στον καταναλωτή αγαθών[1264].

1138 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ότι δεν υπάρχουν παροχές συνδεδεμένες με το μερίδιο ραφιού γεγονός το οποίο αποδεικνύεται από το ότι το μερίδιο ραφιού της στα σουπερ μάρκετ είναι μικρότερο από τις πωλήσεις της, δηλαδή μικρότερο από το μερίδιό της στο αντίστοιχο σουπερ μάρκετ, το οποίο με τη σειρά του είναι μικρότερο από το εθνικό μερίδιο αγοράς της καθ'ης[1265]. Ισχυρίζεται δε ότι αφού είχε μερίδιο *«της τάξης του [65-75]%-[75-85]% το επίμαχο έτος 2000, ευλόγως θα μπορούσε να χορηγεί έκπτωση για μερίδιο στο ράφι 40% ή και 50% πόσω μάλλον για απλώς ικανοποιητικό μερίδιο»*[1266]. Η αναφορά αυτή αφενός συνίσταται σε υποθετική εκτίμηση της καθ' ης η οποία δεν υποστηρίζεται από

[1261] Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 489.
[1262] Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 491
[1263] Αντιστοίχως βλ. και ΕΑ 520/VI/2011 σκ. 281
[1264] Βλ. ενδεικτικά ΓενΔικ Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, Τ-155/06, Συλλογή 2010, σ. Ι-4361, σκ. 218 και 223, καθώς και Report on the Federal Trade Commission Workshop on Slotting Allowances and Other Marketing Practices in the Grocery Industry, Φεβρουάριος 2001, δημοσιευμένη στην ιστοσελίδα της FTC, ενότητες Ι.Α.3 και ΙΙ, επίσης και Αντιστοίχως βλ. και ΕΑ 520/VI/2011 σκ. 279.
[1265] Βλ. το από 18.06.2014 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 186 και την κατάθεση […], Πρακτικά Ακροάσεων της 31.3.2014 σελ. 153.
[1266] Βλ. το από 18.06.2014 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 185 επ.

συγκεκριμένα στοιχεία και αφετέρου περιέχει τη σύνδεση από την ίδια την Αθηναϊκή Ζυθοποιία του μεριδίου στο ράφι με το μερίδιο αγοράς της. Σε κάθε περίπτωση, δεν προκύπτει καν (ούτε η ΑΖ προσκόμισε σχετικά στοιχεία) ότι η ΑΖ ανακοίνωσε τι θεωρείται «ικανοποιητικό μερίδιο ραφιού» στους αντισυμβαλλομένους της. Λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι τα σούπερ μάρκετ ήταν εύλογο να ερμηνεύσουν τον όρο ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού με σημείο αναφοράς το μερίδιο αγοράς της ΑΖ το οποίο την περίοδο εκείνη ανερχόταν σε περίπου [75-85]%, και επίσης τον κανόνα ότι δεν μπορεί να ορίζεται συγκεκριμένο όριο αποκλεισμού από την αγορά προκειμένου να εφαρμοστεί ο κανόνας απαγόρευσης της κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης και δη το γεγονός ότι ο προσδιορισμός ενός τέτοιου ορίου δεν μπορεί να εναπόκειται στην ευχέρεια της δεσπόζουσας επιχείρησης[1267], οι ως άνω σχετικοί ισχυρισμοί της καθ' ης είναι απορριπτέοι. Σε κάθε περίπτωση, ο αποκλεισμός του ανταγωνισμού σε ουσιώδες ή μη αμελητέο μέρος της αγοράς από επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση δεν μπορεί να δικαιολογείται με την τυχόν απόδειξη του ότι το ανοικτό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς αρκεί για να δρα σ' αυτό περιορισμένος αριθμός ανταγωνιστών, καθώς δεν είναι ο ρόλος της δεσπόζουσας επιχείρησης να προσδιορίζει σε πόσους ανταγωνιστές, και σε ποιο βαθμό, τους παρέχεται η δυνατότητα να την ανταγωνιστούν[1268].

1139 Ομοίως αβάσιμος, ενόψει της αντίθεσής του με τα ρητώς και εγγράφως συμφωνηθέντα είναι και ο ισχυρισμός ότι η μόνη υποχρέωση που θέτει η εν λόγω διάταξη στα σουπερ μάρκετ είναι να αποδίδουν εύλογο και δίκαιο μερίδιο στο ράφι στα προϊόντα της, ώστε να αποφεύγονται οι ελλείψεις[1269]. Εξάλλου, βελτιώσεις της διανεμητικής ή παραγωγικής αποτελεσματικότητας δεν δημιουργούνται εν προκειμένω αλλά και σε κάθε περίπτωση γίνονται δεκτές από τη νομολογία προς δικαιολόγηση τέτοιου τύπου προγραμμάτων εκπτώσεων, λαμβανομένης πάντα υπόψη της ιδιαίτερης ευθύνης που φέρει η δεσπόζουσα επιχείρηση να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού[1270].

1140 Σε κάθε περίπτωση, προκειμένου να διαπιστωθεί ο ενδεχόμενος καταχρηστικός χαρακτήρας ενός αντίστοιχου συστήματος εκπτώσεων μπορεί εν προκειμένω να συνεκτιμάται το σύνολο των υπό κρίση περιστάσεων, και ιδίως τα κριτήρια και οι λεπτομέρειες χορηγήσεως των εκπτώσεων, η θέση της δεσπόζουσας επιχείρησης, το μέγεθος των ανταγωνιστών της και η δυνατότητά τους να προσφέρουν

[1267] Απόφαση ΔΕΕ της 19.04.2012, υπόθ. C-549/10 P, Tomra Systems ASA κ.ά. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής - ομοίως απόφαση Intel ΓενΔικ: «*… οι πελάτες που βρίσκονται στο κλειστό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της» ενώ «ο ορισμός συγκεκριμένου ορίου αποκλεισμού από την αγορά δεν ήταν αναγκαίος, προκειμένου να εφαρμοστεί το άρθρο 102 ΣΛΕΕ»*.

[1268] Βλ. ΓενΔικ T-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, T-155/06, Συλλογή 2010, σ. I-4361, σκ. 239-242, ομοίως και Απόφαση ΔΕΕ C-549/10 P, Tomra Systems κατά Επιτροπής, σκ. 42 επ.

[1269] Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 487 και 493, επίσης και κατάθεση Διευθυντή […], Πρακτικά Ακροάσεων της 31.3.2014 σελ. 202 ο οποίος σε σχετική ερώτηση του δικηγόρου της καθ΄ής αν πρόκειται για όρο «out of stock» απάντησε είναι «Αυτός ο όρος, αυτό που ήθελε να πει από πίσω, είναι ότι θα πρέπει να έχουμε τέτοιο μερίδιο, ώστε να μη μένουμε».

[1270] Βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ T-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] II-4082, σκ. 55, T-228/97 Irish Sugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 112, καθώς και ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 57.

αντίστοιχες εκπτώσεις. Συνεκτιμώνται δηλαδή περιστάσεις και κριτήρια τα οποία αναμένεται να μην είναι όμοια σε κάθε επιμέρους υπόθεση, χωρίς η διαφορετικότητα αυτή να παρεμποδίζει την υπαγωγή στον ίδιο κανόνα δικαίου. Συνεπώς οι ισχυρισμοί της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ότι εν προκειμένω οι εκπτώσεως αυτές διαφέρουν από τις διαπιστωθείσες ως «εκπτώσεις στόχου» βάσει της ενωσιακής νομολογίας πρέπει να απορριφθούν ως αβάσιμοι και αλυσιτελείς, στο βαθμό που εν προκειμένω οι εκπτώσεις παρουσιάζουν τα βασικά χαρακτηριστικά των εκπτώσεων οι οποίες κατά τα ανωτέρω είναι καταχρηστικές, μη δίκαιες και επαυξάνουσες την πελατειακή πίστη και τον αποκλεισμό ανταγωνιστών.

1141 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία περαιτέρω υποστηρίζει ότι *«το συγκεκριμένο «εκπτωτικό πρόγραμμα» δεν είχε και δε θα μπορούσε να επιφέρει κανένα αποτέλεσμα «πίστης» υπέρ της»*[1271]. Ο ισχυρισμός αυτός θα πρέπει να απορριφθεί ως αλυσιτελής διότι το σύστημα εκπτώσεων πίστης που εφαρμόζει μία επιχείρηση, η οποία κατέχει δεσπόζουσα θέση, εμπίπτει στην απαγόρευση που προβλέπεται στα άρθρα 2 του ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ και κατά πάγια νομολογία, δεν απαιτείται να αποδειχθούν συγκεκριμένα πραγματικά ή άμεσα αποτελέσματα των καταχρηστικών πρακτικών. Αρκεί να αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης τείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή ότι η συμπεριφορά είναι ικανή ή ενδέχεται να έχει τέτοιο αποτέλεσμα[1272]. Συναφώς, εφόσον αποδειχθεί ότι το εν λόγω σύστημα εκπτώσεων κατατείνει στον περιορισμό του ανταγωνισμού, μέσω της στεγανοποίησης της αγοράς και του αποκλεισμού των ανταγωνιστών, δεν απαιτείται να εξεταστεί αν επέρχεται άμεση βλάβη στον καταναλωτή. Και τούτο, μεταξύ άλλων, διότι οι σχετικές διατάξεις αποβλέπουν στην προστασία της δομής της οικείας αγοράς εν γένει από τεχνητές στρεβλώσεις, προστατεύοντας έτσι τα μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα συμφέροντα των καταναλωτών[1273].

1142 Επικουρικά σημειώνεται ότι τα σχετικά επιχειρήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι αβάσιμα. Ειδικότερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ότι η διάρκεια των υπό κρίση συμφωνητικών ήταν εξ αντικειμένου ελάχιστη ώστε να προκαλέσει οποιοδήποτε αποτέλεσμα στην αγορά, δεδομένου ότι τα εν λόγω συμφωνητικά υπεγράφησαν τον Σεπτέμβριο - Οκτώβριο εκάστου έτους, αφορούσαν συνεπώς μόνο το τελευταίο τρίμηνο, το οποίο μάλιστα είναι περίοδος χαμηλής ζήτησης[1274]. Ο ισχυρισμός αυτός παραγνωρίζει ότι ο χρόνος υπογραφής δεν συμπίπτει με τη διάρκεια των εξεταζόμενων συμφωνητικών, τα οποία ρητώς ισχύουν αναδρομικά για όλη τη διάρκεια του έτους το οποίο υπεγράφησαν[1275]. Συνεπώς οι εν λόγω συμβάσεις ναι μεν καταρτίστηκαν εγγράφως κατά την ημερομηνία υπογραφής τους, εντούτοις δεν παύουν να διέπουν τη σχέση των μερών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Εξάλλου οι σχετικοί όροι αναφέρουν ότι η καταβολή της παροχής θα γίνεται *«ανά τρίμηνο»* ή *«ανά εξάμηνο»*

[1271] Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 506επ.

[1272] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010, σκ. 34, ΔΕφΑθ 2116/2004, σκ. 8, αποφάσεις ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. ΙΙ-5917, σκ. 293 και 297, Τ-155/06 Tomra κατά Επιτροπής, σκ. 215, 289-290, Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής (Michelin II), Συλλ. [2003] ΙΙ-4082, σκ. 239, καθώς και απόφαση Ε.Α. 520/VI/2011 (Tasty), παρ. 314.

[1273] Βλ. σχετικά ΔΕΚ C-95/04 P British Airways κατά Επιτροπής Συλλ. 2007, σελ. Ι-2331, σκ. 106-107 και ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. ΙΙ-5917, σκ. 264, απόφαση της Επιτροπής στην υπόθεση COMP/E.-1/38.113/Prokent-Tomra, παρ. 280.

[1274] Βλ. το από 4.3.2014 Υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 509.

[1275] Όρος 16 της από[…] σύμβαση εμπορικής συνεργασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με την […] »όρος 10 τη από […] σύμβασης εμπορικής συνεργασίας με την «[…]», όρος 12 της από […] σύμβασης εμπορικής συνεργασίας με την «[…]», όρος 8 της από […] σύμβασης εμπορικής συνεργασίας με την «[…].»

προβλέψεις, που δε θα είχαν κανένα νόημα αν υποτεθεί, όπως υποστηρίζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ότι η συμβατική σχέση πράγματι καθορίζεται για ένα τρίμηνο μόνον.

1143 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επίσης υποστηρίζει ότι η περίοδος αναφοράς και το ποσοστό της έκπτωσης ήταν αμελητέα και εξ αντικειμένου αδύνατον να προκαλέσουν οποιοδήποτε αποτέλεσμα στην αγορά. Η καθ΄ ης συνεπώς υπονοεί, όχι μόνο ότι πρέπει να διαπιστωθεί το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα (το οποίο ως προεκτέθη σε κάθε περίπτωση δεν απαιτείται) αλλά και ότι το αποτέλεσμα αυτό είναι συνάρτηση του ύψους της χορηγούμενης έκπτωσης. Από την ενωσιακή νομολογία όμως στην οποία παραπέμπει σε υποστήριξη του ισχυρισμού της προκύπτει ακριβώς το αντίθετο, ότι δηλαδή ακόμη και μικρά ποσοστά καταχρηστικών εκπτώσεων είναι δύσκολο να αντισταθμιστούν από ανταγωνιστές και συνεπώς ο σχετικός ισχυρισμός θα πρέπει να απορριφθεί όχι μόνο ως αλυσιτελής αλλά και ως αβάσιμος. Πιο συγκεκριμένα, στην απόφαση στην οποία παραπέμπει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1276], κρίθηκε ότι οι διακυμάνσεις του ποσοστού της εκπτώσεως σε περίπτωση επιτεύξεως του μέγιστου στόχου και εκείνου που χορηγούνταν σε περίπτωση μη επιτεύξεως του ελάχιστου στόχου ήταν από 0,2 έως 0,4% και κατά την εκτίμηση του Δικαστηρίου «*μικρές*»[1277]. Η προσφεύγουσα είχε αμφισβητήσει την ύπαρξη δεσμού εξαρτήσεως των μεταπωλητών από αυτήν αναφερόμενη ιδίως στο μικρό μέγεθος των διακυμάνσεων της εκπτώσεως[1278]. Το Δικαστήριο συνεκτιμώντας όλες τις επιμέρους περιστάσεις της υπόθεσης κατέληξε αφενός ότι *«ακόμη και μικρές διακυμάνσεις μπορούν να ασκήσουν αισθητή πίεση στους μεταπωλητές»* αποτέλεσμα το οποίο ενισχύθηκε από τις μεγάλες διαφορές μεταξύ του τμήματος της αγοράς που κατείχε η καθ΄'ης και των τμημάτων των κυριότερων ανταγωνιστών της για να καταλήξει ότι *«ήταν επομένως δύσκολο για τους ανταγωνιστές, παρά το φαινομενικά μικρό ποσοστό της εν λόγω εκπτώσεως της NBIM* [η καθ' ης] *να αντισταθμίσουν για τους μεταπωλητές τα οφέλη ή τις ζημίες που προέκυπταν από την επίτευξη ή τη μη επίτευξη των στόχων της NBIM* [η καθ΄ης]»[1279]. Συνεπώς, ο συνδυασμός περιόδου αναφοράς και ποσοστού έκπτωσης, με τον τρόπο και τις περιστάσεις χορήγησης της έκπτωσης, ήτοι τον ασαφή και τιθέμενο εξ ολοκλήρου στη διακριτική ευχέρεια της δεσπόζουσας επιχείρησης όρο επίτευξης «ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού σε όλα τα καταστήματα της Πελάτιδας», συνιστά μια υποχρέωση που επιβάλλεται από την καθ' ης δημιουργούσα κίνητρο πίστης υποχρέωση και δημιουργεί ένα εγγενώς καταχρηστικό κίνητρο πίστης για το σούπερ μάρκετ. Πολλώ δε μάλλον που στις εδώ εξεταζόμενες συμβάσεις της καθ' ης με σούπερ μάρκετ, το ποσοστό των εκπτώσεων για ικανοποιητικό μερίδιο ραφιού […] εντάσσονται σε ένα σύστημα εκπτώσεων προς το σούπερ μάρκετ που περιλαμβάνει σειρά άλλων εκπτώσεων, κάποιες εκ των οποίων για τη διενέργεια «προωθήσεων στους χώρους όλων των καταστημάτων» και «έξτρα προωθητικών ενεργειών», ύστερα από έλεγχο των εξουσιοδοτημένων υπαλλήλων της καθ' ης που συνολικά μόνο αμελητέες δεν είναι.

1144 Συνοψίζοντας, τέτοιου είδους συμφωνίες, ιδίως όταν επιβάλλονται από επιχειρήσεις με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, μπορούν να οδηγήσουν σε δέσμευση ενός εξαιρετικά υψηλού ποσοστού του διαθέσιμου σε ράφια χώρου για τα σχετικά κάθε φορά προϊόντα ή του καλύτερου δυνατού για την

[1276] Βλ. παρ. 510 σελ. 166 του από 4.3.2014 Υπομνήματος της, η παραπομπή είναι στην απόφαση C-ΔΕΚ 322/81 Nederlandsche Banden Industrie Michelin κατά Επιτροπής (Michelin I) στην παρ. 84.
[1277] Michelin I όπ.π. παρ. 68 και 80.
[1278] Michelin I ό.π. παρ. 79.
[1279] Michelin I ό.π. παρ. 82.

αύξηση της κατανάλωσης διαθέσιμου σε ράφια χώρου, με συνέπεια αφενός τη διατήρηση και πιθανώς ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης στην αγορά, και αφετέρου τη δυσχέρανση της πρόσβασης των ανταγωνιστών, και δη των μικρότερων, σε συγκεκριμένα κανάλια διανομής ή σε ουσιώδες (μη αμελητέο) τμήμα αυτών[1280].

1145 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ότι το συγκεκριμένο «εκπτωτικό πρόγραμμα» δεν είχε και δε θα μπορούσε να επιφέρει κανένα αποτέλεσμα «πίστης» υπέρ της επειδή τα σουπερ μάρκετ έχουν ισχυρή αντισταθμιστική δύναμη ώστε είναι αδύνατον να ασκηθεί πίεση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1281]. Εντούτοις ακόμη κι εάν γίνει δεκτή η ύπαρξη ισχυρής διαπραγματευτικής ισχύος των αλυσίδων σούπερ μάρκετ, δεν μπορεί να αναιρεθεί εξ αυτού του λόγου η τυχόν διαπίστωση της κατάχρησης, καθώς αφενός δεν προκύπτει κίνητρο του σούπερ μάρκετ να την ασκήσει έναντι του δεσπόζοντος προμηθευτή σε σχέση με μία τέτοια πρακτική, αλλά και ανεξαρτήτως αυτού, έχει κριθεί και από το ΔΕΚ ότι το γεγονός ότι ο αντισυμβαλλόμενος της δεσπόζουσας επιχείρησης είναι ισχυρή επιχείρηση δεν αναιρεί την ύπαρξη κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης[1282]. Σε κάθε περίπτωση η επικαλούμενη διαπραγματευτική δύναμη των σούπερ μάρκετ είναι εκ των πραγμάτων περιορισμένη αφενός λόγω της δεσπόζουσας θέσης της καθ' ης και αφετέρου λόγω του «must stock» χαρακτήρα του σήματός της[1283].

1146 Ειδικότερα, η καθ' ης αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» για τα εγχώρια σ/μ που διανέμουν τα προϊόντα της στο συγκεκριμένο κανάλι. Προς τούτο λαμβάνεται ιδίως υπόψη, αφενός μεν η κατοχή υψηλού μεριδίου στην οικεία αγορά για περίοδο πολλών ετών που αντιπροσωπεύει μεγάλο όγκο παραγωγής σε σχέση και με τους ανταγωνιστές της, η διάθεση από την ίδια της μεγαλύτερης αριθμητικά και πλέον αναγνωρίσιμης «γκάμας» προϊόντων στην αγορά αναφοράς, η χρήση σήματος ιδιαίτερης φήμης που υποστηρίζεται συστηματικά από σημαντικές επενδύσεις και η ανάπτυξη του πλέον εκτεταμένου δικτύου πωλήσεων και διανομής, αφετέρου δε η πανίσχυρη και παγιωμένη θέση της εταιρίας στην αγορά-σε σχέση και με τη θέση των ανταγωνιστών της - η οποία συνδέεται και με μεγάλο εύρος του χαρτοφυλακίου των ισχυρών σημάτων που διαθέτει σ' αυτή μέσα από το συγκεκριμένο κανάλι διανομής. Συνεπώς, η διείσδυση της εταιρίας στο κανάλι των σ/μ της οικείας αγοράς είναι πολύ μεγάλη και τα προϊόντα της τοποθετούνται στα ράφια σχεδόν όλων ανεξαιρέτως των εγχώριων σ/μ άρα επιβεβαιώνεται ότι το σήμα Heineken είναι «*must-stock*», δηλαδή σήμα με ισχυρή αυθόρμητη ζήτηση

[1280] Βλ. αναλυτικά απόφαση ΕΑ 520/2011 – Tasty, παρ. 276 επ.

[1281] Βλ. παρ. 511 σελ. 166 του από 4.3.2014 Υπομνήματος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας

[1282] C-85/76, ό.π., παρ. 120 της απόφασης Ε.Α. 434/V/2009, Αυτεπάγγελτη έρευνα στην αγορά του στιγμιαίου καφέ κατόπιν καταγγελίας, παρ. 54 και ΔΕφΑθ 2265/2010, Nestle κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, σκ. 35.

[1283] Βλ. ΕΑ 581/VII/2013 (Procter & Gamble) παρ. 376 επ. Βλ. και D. Neven, The analysis of conglomerate effects in EU merger control, http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/conglomerate.pdf σ. 12 και εκεί νομολογία: « A "must stock" brand, according to the Commission, is a brand over which the supplier enjoys some market power, so that retailers can hardly avoid listing them. When the merging parties control such brands, they might, according to the Commission, make "implicit or explicit threats of refusing to supply them" in order to impose weaker brands or avoid delisting them. In addition, they will have "greater flexibility to structure prices, promotions and discounts" across brands. It might allow the merging firms to use "overrider" discounts, i.e. "discounts granted retrospectively on the basis of volume targets to be achieved over a certain period", so as to encourage retailers to purchase the largest possible volume. As a result of these strategies, competitors will, according to the Commission, be "foreclosed" and "marginalized". These concerns have been expressed in many cases including *Coca Cola /Amalgamated beverages, Coca Cola/Carlsberg, Guinness/Grand Med, Nestlé /Coca Cola, Scottish /Newcastle*, *SEB/Moulinex*, *Newell /Rubermaid, Pernod/Diageo/Seagram* and *Procter&Gamble/Gillette».*

από τους καταναλωτές που έχουν οι περισσότεροι λιανέμποροι στα ράφια τους[1284]. Η καθ' ης, αποτελεί επομένως για τους πελάτες της «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο».

1147 Βάσει των ανωτέρω, η αντισταθμιστική ισχύς των σ/μ - πελατών της καθ' ης περιορίζεται και από το εύρος του χαρτοφυλακίου των προϊόντων της και τη δύναμη των σημάτων της στο κανάλι των σ/μ. Επιπλέον, περιορίζεται από τη σπουδαιότητα του σήματος που διαθέτει η ελεγχόμενη στην αγορά και, συνακόλουθα, το γεγονός ότι η ελεγχόμενη αποτελεί, για τους λόγους που εκτέθηκαν ανωτέρω, αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο στη σχετική αγορά. Υπενθυμίζεται ότι στην οικεία αγορά οι δυνατότητες ανταγωνισμού, καθ' όλο το επίμαχο διάστημα, ήταν ήδη περιορισμένες, λόγω της δεσπόζουσας θέσης της ελεγχόμενης επιχείρησης και της κατά πολύ ασθενέστερης θέσης των ανταγωνιστών της. Ήδη προαναφέρθηκε ότι καθένας χωριστά κατέχει υποπολλαπλάσιο μερίδιο αγοράς και χαρτοφυλάκιο προϊόντων κατά πολύ περιορισμένο έναντι αυτού της ελεγχόμενης. Λαμβάνοντας υπόψη τη διάθρωση της αγοράς, τη μεγάλη γκάμα προϊόντων ΑΖ, και τον εν γένει χαρακτήρα της ΑΖ ως αναπόφευκτου εμπορικού εταίρου προκύπτει ότι μεμονωμένα καμία από τις μεγάλες αλυσίδες σ/μ δεν διαθέτει επαρκή διαπραγματευτική δύναμη προκειμένου να περιορίσει τη συμπεριφορά της καθ' ης και δεν είναι σε θέση να ασκήσει αποτελεσματική αντισταθμιστική ισχύ έναντι αυτής στη σχετική αγορά. Το γεγονός αυτό επιτείνει έτι περαιτέρω το ενδεχόμενο αποτέλεσμα στεγανοποίησης της αγοράς μέσω του επίμαχου εκπτωτικού συστήματος[1285].

1148 Περαιτέρω η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ότι το εκπτωτικό πρόγραμμα δεν προκάλεσε κανένα αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην αγορά[1286]. Συναφώς υποστηρίζει θα έπρεπε να υπολογιστεί το ύψος του *«ικανοποιητικού»* μεριδίου ραφιού, τα κριτήρια των σουπερ μάρκετ για την τοποθέτηση προϊόντων στο ράφι, καθώς και να διερευνηθεί αν τα σούπερ μάρκετ πράγματι αύξησαν τις αγορές τους από την καθ΄ης και εάν οι πωλητές της καθ' ης πράγματι επισκέφθηκαν τα καταστήματα με σκοπό να εξακριβώσουν την τήρηση του συγκεκριμένου όρου. Οι ισχυρισμοί αυτοί θα πρέπει να απορριφθούν ως αλυσιτελείς και αβάσιμοι δεδομένων των ανωτέρω και για τους εξής ειδικότερους λόγους. Η εφαρμογή των εκπτωτικών προγραμμάτων αποδεικνύεται από την συμπερίληψή τους στις συνομολογηθείσες συμφωνίες[1287]. Η αναγγελία των προγραμμάτων κινήτρων και η αναγγελία του τρόπου υπολογισμού των κινήτρων και των εκπτώσεων εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης αρκούν ώστε να κριθεί ότι το εκπτωτικό πρόγραμμα εφαρμόσθηκε στην πράξη. Εξάλλου, όταν μια επιχείρηση με δεσπόζουσα θέση θέτει όντως σε εφαρμογή μια πρακτική η οποία έχει ως αποτέλεσμα τον παραμερισμό των ανταγωνιστών της, το γεγονός ότι το αναμενόμενο αποτέλεσμα δεν επετεύχθη δεν αρκεί για να αντικρουσθεί ο χαρακτήρας της πρακτικής ως καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσεως κατά την έννοια του άρθρου 102 ΣΛΕΕ και 2 του ν. 703/1977[1288].

[1284] Βλ. ΕΑ 581/VII/2013 (Procter & Gamble) παρ. 190 επ.
[1285] Βλ. ΕΑ 581/VII/2013 (Procter & Gamble) παρ. 205 και 331.
[1286] Βλ. το από 4.3.2014 υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παρ. 515-516.
[1287] Βλ. απόφαση Ευρ. Επ. 2002/405/ΕΚ, ό.π., παρ. 51-52 επ., 76 επ. Στην υπόθεση αυτή, τα προγράμματα κινήτρων που περιείχαν οι συμφωνίες της Michelin με τους πελάτες κρίθηκαν ως 'γενικοί όροι τιμολογιακής πολιτικής' (general price conditions) επί της ουσίας, ως προς το εάν οι συγκεκριμένοι όροι των συμφωνιών και ο συγκεκριμένος τρόπος υπολογισμού εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης συνιστούσαν μεταξύ άλλων 'εκπτώσεις πίστεως', Τ-155/06, ό.π., παρ. 300.
[1288] ΠΕΚ Τ-219/99 *British Airways plc κατά Επιτροπής*, ό.π., σκ. 297.

1149 Επισημαίνεται τέλος ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ότι ακόμη και αν οι εξεταζόμενοι όροι συνιστούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης δε θα έπρεπε να της επιβληθεί πρόστιμο διότι σε αντίστοιχης ολιγόμηνης διάρκειας παραβάσεις η Επιτροπή περιορίστηκε στην επιβολή σύστασης. Ο ισχυρισμός αυτός θα πρέπει να απορριφθεί ως αβάσιμος διότι οι εν προκειμένω οι εξεταζόμενες παραβάσεις, όπως και κάθε επιμέρους πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, συνιστά τμήμα μιας ενιαίας στρατηγικής της εταιρίας και η διάρκεια της παράβασης εκτείνεται σε δεκαπεντέμιση χρόνια και ουδόλως είναι «*ολιγόμηνη*». Ο δε ισχυρισμός της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ότι το όλο ζήτημα του μεριδίου στο ράφι και του τι ποσοστό δύναται να συμφωνήσει έναντι αμοιβής κάθε δεσπόζων προμηθευτής είναι «αχαρτογράφητο» χωρίς σχετική ενωσιακή ή εθνική νομολογία είναι καταρχήν εσφαλμένος[1289] και δεύτερον αλυσιτελής στο βαθμό που αφενός δεν υφίσταται ασφαλές καταφύγιο μεριδίου ραφιού για δεσπόζουσες επιχειρήσεις και αφετέρου ο μη καθορισμός μεριδίου ραφιού εν προκειμένω στις εξεταζόμενες συμβάσεις φέρει τα προεκτεθέντα καταχρηστικά χαρακτηριστικά. Σε κάθε περίπτωση θέματα που αφορούν τον υπολογισμό του προστίμου αναλύονται στο τελευταίο κεφάλαιο της παρούσας.

1150 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ισχυρίζεται, τέλος, ότι οι εξεταζόμενες πρακτικές στην αγορά αυτή είναι παραγεγραμμένες και παραπέμπει στα αναφερόμενα στην ένσταση έλλειψης κατά χρόνο αρμοδιότητας για έκδοση απόφασης σε βάρος της, άλλως «παραγραφή» του δικαιώματος της Επιτροπής[1290]. Το θέμα αυτό αντιμετωπίζεται αναλυτικά στο οικείο κεφάλαιο. Όπως αναλύεται εκεί, οι εξεταζόμενες παραβάσεις, όπως και κάθε επιμέρους πρακτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, συνιστούν τμήμα μιας ενιαίας στρατηγικής και διαρκούς παράβασης της εταιρίας η οποία δεν περιορίζεται στο έτος 2000, αλλά φθάνει μέχρι σήμερα και συνεπώς ουδόλως τίθεται θέμα παραγραφής. Ειδικότερα, η διαπιστωθείσα παράβαση στην κρινόμενη υπόθεση είναι ενιαία και διαρκής παράβαση που εκτείνεται από το Σεπτέμβριο του 1998 εντεύθεν, αδιαλείπτως. Επομένως, ο διαρκής χαρακτήρας της διαπιστωθείσας παράβασης αποκλείει, εν προκειμένω, την παραγραφή ως προς την επιβολή προστίμου (ακόμη κι αν ήθελε υποτεθεί ότι υφίστατο μία τέτοια τυχόν δυνατότητα).

1151 Με βάση τα ανωτέρω, ο επιβαλλόμενος από την καθ' ης όρος επίτευξης ικανοποιητικού, κατά την κρίση της δεσπόζουσας επιχείρησης, μεριδίου στο ράφι με αντάλλαγμα τις ως άνω εκπτώσεις πίστεως κατά τα προβλεπόμενα στους ανωτέρω όρους κρίνεται κατά την πλειοψηφία των μελών της Επιτροπής, ως καταχρηστικός, μη δίκαιος και επαυξάνων την πελατειακή πίστη και τον αποκλεισμό ανταγωνιστών.

1152 Τρία μέλη όμως της Επιτροπής, ο Αντιπρόεδρος Δημήτρης Λουκάς και τα Τακτικά Μέλη Δημήτρης Δανηλάτος και Γιάννης Αυγερινός, μειοψήφησαν αναφορικά με την ως άνω διαπιστωθείσα παράβαση. Κατά την άποψή τους, ο σχετικός συμβατικός όρος περί «*ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού*» είναι, εκ πρώτης όψεως τουλάχιστον, ουδέτερος και εύλογος από εμπορική άποψη, δεδομένης της συνήθους και εύλογης επιδίωξης κάθε επιχείρησης να διασφαλίζει ότι τα προϊόντα της θα έχουν όσο το δυνατόν αντιπροσωπευτικότερη εκπροσώπηση στο ράφι των καταστημάτων του οργανωμένου λιανεμπορίου, ενώ και η σχετική οικονομική παροχή (έκπτωση) δεν συνδέεται κατ' αρχήν με την επίτευξη

[1289] Ενδεικτικά ΕΑ 520/VI/2011 σκ. 269 επ., απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής, COMP/ A39116/B2 Coca Cola, σκ. 35, Ε.Ε. 2005 L 253/21.

[1290] Βλ. το από 4.3.2014 υπόμνημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σελ. 155, υπό Β.

συγκεκριμένου ποσοστού μεριδίου ραφιού ή με την επίτευξη κάποιου συγκεκριμένου στόχου πωλήσεων/αγορών από την ΑΖ ή αύξησης στόχων πωλήσεων/αγορών από την ΑΖ, ούτε και με την επίτευξη αποκλειστικότητας ή οιονεί αποκλειστικότητας. Και πέραν, όμως, της γραμματικής διατύπωσης και ερμηνείας του επίμαχου συμβατικού όρου, δεν προκύπτουν από το φάκελο της υπόθεσης επαρκείς ενδείξεις ότι ο συμβατικός αυτός όρος θα μπορούσε να ερμηνευτεί στην πράξη κατά τον τρόπο που υπολαμβάνει η εισήγηση, είτε από την ελεγχόμενη, είτε από τους αντισυμβαλλόμενους λιανοπωλητές. Ούτε, βεβαίως, και ότι εφαρμοζόταν κατ' αυτό τον τρόπο στην πράξη. Σε κάθε περίπτωση, ακόμη κι αν ήθελε υποτεθεί ότι ο εν λόγω συμβατικός όρος έχει την έννοια που προκρίνεται στην εισήγηση (ερμηνεία, για την οποία δεν υπάρχουν επαρκείς ενδείξεις κατά τα προεκτεθέντα) δεν αρκεί να εξετασθεί απλώς και μόνον, αφηρημένως, αν η πρακτική ήταν εκ της φύσης της ικανή να έχει επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, αλλά να καταδειχθεί ότι η πρακτική αυτή έτεινε να έχει ή ήταν ικανή να έχει τέτοιου είδους αποτελέσματα υπό τις συγκεκριμένες περιστάσεις της εξεταζόμενης υπόθεσης. Δεν αρκεί, δηλαδή, απλώς να τεκμαίρεται η (πιθανή) ύπαρξη τέτοιου είδους αποτελέσματος αποκλεισμού των ανταγωνιστών από την αγορά, αλλά το ενδεχόμενο αυτό να ελέγχεται και να αποδεικνύεται[1291], σταθμίζοντας – κατά πάγια ενωσιακή νομολογία – όλες τις συνθήκες και παραμέτρους του υπό κρίση εκπτωτικού όρου. Εν προκειμένω, και ελλείψει επαρκούς ερείσματος στην πάγια νομολογία περί αποκλειστικότητας ή οιονεί αποκλειστικότητας ή *de facto* αποκλειστικότητας, η στοιχειοθέτηση της όποιας παράβασης θα έπρεπε να βασίζεται στην ουσιαστικότερη διερεύνηση όλων των ποιοτικών και ποσοτικών στοιχείων εκείνων που τυχόν κατατείνουν στη διαπίστωση ότι ο χώρος ή ο αριθμός των διακινούμενων κωδικών που κινητροδοτούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία (μέσω της σχετικής έκπτωσης, έναντι επίτευξης «*ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού*») ήταν, στις περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης, αδικαιολόγητα ευρύς, με αποτέλεσμα να παρεμποδίζεται η πρόσβαση στο ράφι για προϊόντα υφιστάμενων ή/και δυνητικών ανταγωνιστών. Ωστόσο, κατά την άποψη της μειοψηφίας, κάτι τέτοιο δεν στοιχειοθετείται επαρκώς κατά νόμο στην υπό κρίση υπόθεση. Και τούτο, για τους ακόλουθους κυρίως λόγους. Ο επίμαχος συμβατικός όρος δεν ισοδυναμεί με, ούτε και μπορεί να ερμηνευτεί με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία του φακέλου ότι κατατείνει σε, αποκλειστικότητα ή οιονεί αποκλειστικότητα ή de facto αποκλειστικότητα, αφού δεν προκύπτει άμεση ή έμμεση διασύνδεση του συμβατικού αυτού όρου με την επίτευξη ή/και υπέρβαση συγκεκριμένου κατωφλιού τζίρου ή αγορών από την ΑΖ ή πωλήσεων εν γένει, στο πλαίσιο εκπτωτικού συστήματος ή οικονομικής παροχής που κατατείνει στην κάλυψη «όλων ή σχεδόν όλων» των αναγκών των πελατών από την ελεγχόμενη. Συναφώς, δεν συντρέχουν στην προκειμένη περίπτωση οι προϋποθέσεις για την (ενδεχόμενη) εξομοίωση της εξεταζόμενης πρακτικής με «εκπτώσεις πίστης» ή «εκπτώσεις στόχου», κατά την έννοια των κείμενων διατάξεων, δεδομένης της έλλειψης οποιασδήποτε εξάρτησης του εν λόγω όρου με συγκεκριμένες αγορές ή συγκεκριμένους στόχους πωλήσεων ή αύξησης στόχων πωλήσεων. Ούτε και επιβάλλεται ή κινητροδοτείται η κάλυψη συγκεκριμένης αναλογίας ή ποσοστού στο ράφι με προϊόντα της ελεγχόμενης[1292]. Δεν προκύπτουν,

---

[1291] Βλ. ενδεικτικά Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Jan Mazák της 2.2.2012 στην υπόθ. ΔΕΕ C-549/10 P *Tomra Systems κατά Επιτροπής*, σκ. 43-44.

[1292] Σε αντίθεση δε με τα διαλαμβανόμενα στην εισήγηση, τυχόν συμβατικός όρος για κάλυψη συγκεκριμένης αναλογίας/ποσοστού στο ράφι δεν θα ήταν εκ προοιμίου και άνευ ετέρου προβληματικός, με βάση την κείμενη πρακτική και νομολογία, αλλά θα απαιτείτο περαιτέρω διερεύνηση των συνθηκών, παραμέτρων και περιστάσεων του επίμαχου,

επίσης, ενδείξεις για την πρόκληση τυχόν «αποτελέσματος απορροφήσεως» ή «απομυζητικού αποτελέσματος» (suction effect) που ενδεχομένως να αποδίδεται ή να συνδέεται με την επίμαχη ρήτρα και το προβλεπόμενο σε αυτή εκπτωτικό πρόγραμμα. Περαιτέρω, δεν βρέθηκαν στοιχεία ότι η ΑΖ εφάρμοζε ή ερμήνευε την επίμαχη ρήτρα κατά τρόπο που κατέτεινε σε υπέρμετρη δέσμευση στο ράφι, ούτε και ότι η προβλεπόμενη οικονομική παροχή αποδίδονταν στους πελάτες της με βάση «υποκειμενικά», μεροληπτικά ή/και αυθαίρετα κριτήρια. Επιπλέον, δεν υπάρχουν ενδείξεις για αποκλεισμό ή παρεμπόδιση της παρουσίας/εκπροσώπησης των ανταγωνιστών της ΑΖ ειδικώς στα ράφια των σούπερ μάρκετ – οργανωμένο λιανεμπόριο (κατόπιν σχετικής καταγγελίας ή αναφοράς ή σχετικής αλληλογραφίας αναφορικά με την ερμηνεία του όρου ή άλλης τυχόν έρευνας), ως άμεση ή έμμεση απόρροια της ρήτρας αυτής, ούτε και ενδείξεις ότι η ΑΖ είχε αρνηθεί να καταβάλει (ή απειλήσει να μην καταβάλει) τη σχετική οικονομική παροχή λόγω μη επίτευξης «ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού» (με αναφορά σε οποιοδήποτε ποσοστό ή κατώφλι). Τουναντίον, κατά τη συνήθη εμπορική πρακτική, ο σχετικός όρος θα ήταν μάλλον απίθανο να χρησιμοποιηθεί ως μοχλός πίεσης από την ελεγχόμενη για τον αποκλεισμό ανταγωνιστών της από τα ράφια των σούπερ μάρκετ, δεδομένης της ευκολίας και της ευελιξίας ως προς την πλήρωση των σχετικών προϋποθέσεων για την απόδοση της προβλεπόμενης οικονομικής παροχής από τις αντισυμβαλλόμενες αλυσίδες σούπερ μάρκετ. Η δε παρακολούθηση από μέρους της ελεγχόμενης της εκπροσώπησης του κωδικολογίου ή/και της παρουσίας των προϊόντων της στα ράφια του οργανωμένου λιανεμπορίου – επίσης, συνήθης πρακτική για κάθε επιχείρηση – δεν επαρκεί από μόνη της για τη θεμελίωση παράβασης. Όπως δεν επαρκεί, κατά την άποψη πάντοτε της μειοψηφίας, και η αποσπασματική αναφορά στον «υποκειμενικό» χαρακτήρα ή στην ασάφεια της σχετικής συμβατικής ρήτρας (ελλείψει συγκεκριμένων προς τούτο στοιχείων στο φάκελο της υπόθεσης και ελλείψει διερεύνησης και στάθμισης, εν συνόλω, όλων των λοιπών ποιοτικών και ποσοτικών χαρακτηριστικών του επίμαχου εκπτωτικού όρου, κατά τα προεκτεθέντα). Με βάση τις προαναφερόμενες σκέψεις, εν προκειμένω δεν προκύπτουν από το φάκελο στοιχεία που να ανταποκρίνονται επαρκώς και στο απαιτούμενο αποδεικτικό μέτρο στη στοιχειοθέτηση περιοριστικού του ανταγωνισμού ενδεχόμενου αποτελέσματος, υπό τη μορφή αποκλεισμού ή παρεμπόδισης ανταγωνιστών. Συναφώς, δεν προκύπτουν από το φάκελο στοιχεία ότι θίγεται η δυνατότητα του πελάτη της δεσπόζουσας επιχείρησης να επιλέγει ελεύθερα μεταξύ των ανταγωνιστικών προμηθευτών, ως άμεση ή έμμεση απόρροια της επίμαχης συμβατικής ρήτρας. Η δε κρινόμενη υπόθεση διακρίνεται ουσιωδώς τόσο από την προηγούμενη νομολογία των ευρωπαϊκών δικαστηρίων στις υποθέσεις *Hoffman-La Roche*, *Michelin II*, *Tomra* και *British Airways* που χρησιμοποιούνται από την εισήγηση προς θεμελίωση της παράβασης, όσο και από τις προηγούμενες αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού στις υποθέσεις *Tasty Foods* (Απόφαση 520/VI/2011) και *Nestlé* (Απόφαση 434/V/2009)[1293]. Συμπερασματικά, κατά την άποψη της μειοψηφίας, ελλείψει επαρκούς ερείσματος

κάθε φορά, εκπτωτικού προγράμματος (εκτός αν η προβλεπόμενη αναλογία και συνακόλουθη δέσμευση στο ράφι κατέτεινε σε αποκλειστικότητα ή οιονεί αποκλειστικότητα).

[1293] Διαφέρει δε ουσιωδώς ακόμη και από την πρόσφατη υπόθεση Procter & Gamble που μνημονεύεται στην εισήγηση (Απόφαση 581/VII/2013), η οποία κρίθηκε κατά πλειοψηφία. Και τούτο, μεταξύ άλλων, διότι εν προκειμένω δεν επιβάλλεται και δεν κινητροδοτείται, άμεσα ή έμμεσα, η κάλυψη συγκεκριμένης αναλογίας ή ποσοστού στο ράφι με προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης.

στην κείμενη πρακτική και νομολογία περί αποκλειστικότητας ή οιονεί αποκλειστικότητας ή de facto αποκλειστικότητας, και ελλείψει ουσιαστικής διερεύνησης του οικονομικού και νομικού πλαισίου των επίμαχων συμβατικών όρων και συνακόλουθων πρακτικών της ελεγχόμενης, καθώς και των ποιοτικών, ποσοτικών παραμέτρων και των συνθηκών της αγοράς στις ειδικές περιστάσεις της εξεταζόμενης υπόθεσης (προκειμένου, ιδίως, να στοιχειοθετηθεί το ενδεχόμενο αποκλεισμού ή παρεμπόδισης ανταγωνιστών μέσω έκπτωσης πίστης ή αναδρομικής έκπτωσης στόχου ή άλλης μορφής εκπτωτικής πολιτικής που τυχόν σχετίζεται με την επίμαχη συμβατική ρήτρα), η αποδιδόμενη στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως άνω παράβαση σχετικά με την παροχή έκπτωσης έναντι επίτευξης «ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού» δεν στοιχειοθετήθηκε επαρκώς κατά νόμο εν προκειμένω.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ

ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΤΗ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΑΘΜΙΔΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

1153 Εν συνεχεία εκτίθενται στοιχεία σχετικά με τις πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο χονδρεμπορικό επίπεδο, και ιδίως σε σχέση με τη διαμόρφωση από την καθ' ης των όρων πίστωσης, τη χορήγηση εμπράγματων εγγυήσεων, τις υπό όρους χρηματικές και άλλες παροχές και την προώθηση της συνεργασίας συγκεκριμένων χονδρεμπόρων με τελικά σημεία.

1. ΕΠΙΒΟΛΗ ΟΡΩΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ / ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΩΝ

1154 Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου και εκτίθεται στη συνέχεια, σε πολλές περιπτώσεις η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει επιβάλει αποκλειστικότητα στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, συχνά με υπόσχεση παροχών ή με αντάλλαγμα την ανάθεση συνεργασιών προμήθειας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1294] το 2005 είχε δηλώσει ότι δεν έχει συνάψει καμία σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας για τα προϊόντα ζύθου. Ο Πίνακας 1 του Παραρτήματος 2 περιλαμβάνει τις απαντήσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων[1295] αναφορικά με την αναλογία της αξίας αγορών τους σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1296]. Από την εξέταση των δεδομένων του Πίνακα προκύπτει ότι 24 από τις 28 χονδρεμπορικές εταιρίες είχαν αποκλειστική ή οιονεί αποκλειστική (σε ποσοστό ανώτερο του 80%) προμήθεια προϊόντων ζύθου από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την πλειονότητα των ετών[1297] και στις δύο εκ των υπολοίπων τεσσάρων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων[1298] η μέση ποσοστιαία αναλογία αγορών σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τα έτη της περιόδου 2004 – 2008 για τα οποία υποβλήθηκαν στοιχεία είναι της τάξεως του [75-85]%.

[1294] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

[1295] Αναφορικά με τις υποβολές στοιχείων στις οποίες βασίσθηκε η κατάρτιση του Πίνακα βλ. σχετ. κεφάλαιο «Έρευνα της Υπηρεσίας».

[1296] Αφορά το διάστημα των ετών 2004 – 2008 στο οποίο αφορούσε η σχετική ερώτηση της Υπηρεσίας.

[1297] Εξαίρεση αποτελούν οι επιχειρήσεις […] και […].

[1298] […] και […]. Επιπλέον, η επιχείρηση […] έχει ποσοστό άνω του [75-85]% σε δύο από τα πέντε εξεταζόμενα έτη (2006 και 2008) και η […] έχει ποσοστό άνω του [75-85]% σε δύο από τα τέσσερα έτη για τα οποία υπέβαλε στοιχεία (2005 και 2006). Και τα υπόλοιπα έτη, πάντως, οι εν λόγω επιχειρήσεις πλησιάζουν πολύ το [75-85]%.

1.1. Ευνοϊκότερη μεταχείριση (προώθηση συνεργασιών με τελικά σημεία, ανάθεση τριγωνικών πωλήσεων, υψηλότερες παροχές, ευνοϊκότερη πιστωτική πολιτική) ως ανταλλαγμα της αποκλειστικότητας ή του αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων

1155 Η αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συνδέεται με την ευνοϊκότερη μεταχείριση εκ μέρους της καθ' ης. Στις συγκεκριμένες περιπτώσεις, η δεσπόζουσα εταιρία ανταμείβει τις επιχειρήσεις για την απόφασή τους να μην προμηθεύονται από ανταγωνιστική επιχείρηση[1299]. Βάσει συγκλινόντων και αλληλοσυμπληρούμενων στοιχείων του φακέλου προκύπτει, όπως αναλύεται στη συνέχεια, ότι η ευνοϊκότερη μεταχείριση συνίσταται ιδίως στην προώθηση συνεργασιών προμήθειας τελικών σημείων και στην ανάθεση εξυπηρέτησης τριγωνικών πωλήσεων, στην προσφορά υψηλότερων παροχών εν είδει κυρίως διαφημιστικού υλικού και στην παροχή πιστωτικών διευκολύνσεων.

1.1.1 Προώθηση συνεργασιών με τελικά σημεία

1156 Σύμφωνα με αναφορές τριών ανταγωνιστριών της καθ' ης εταιριών, καθώς και χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προωθεί τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις ως προμηθευτές τελικών σημείων εν είδει ανταμοιβής για την αποκλειστική τους προτίμηση στα προϊόντα της.

-Αναφορές από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις

1157 Σύμφωνα με σχετική αναφορά του υπαλλήλου της […][1300]: «[η] […] εταιρία […] στ[…] διαμαρτύρεται για το διάστημα 2005-2006 ότι η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ δεν τον αφήνει να αναπτυχθεί στην περιοχή του […] με ίσους όρους σε σχέση με […]. Μάλιστα αναφέρει ότι σε αρκετούς πελάτες του, που ο ίδιος προμηθεύει και με προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ, υπάρχει πίεση από πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ να προμηθεύονται από […] ώστε να μπορέσουν να πάρουν δωρεάν κιβώτια και διαφημιστικό υλικό. Σημειωτέον ότι η Εταιρία αυτή συνεργάζεται με τη ΜΥΘΟΣ».

1158 Περαιτέρω, ο […], της […], υπογραμμίζει […] το 2012 ότι: *«[έ]νας από τους λόγους που δεν δέχεται η χονδρεμπορική επιχείρηση να […] και τα δικά μας προϊόντα είναι συνήθως ο φόβος για δυσμενείς συνέπειες εκ μέρους της μεγάλης εταιρίας του κλάδου, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η οποία κατέχει συνήθως το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεών τους. Οι δυσμενείς συνέπειες συνίστανται κυρίως στη μείωση της παρεχόμενης πίστωσης αλλά και στη μείωση του κύκλου εργασιών της χονδρεμπορικής επιχείρησης που προκύπτει από τη μη προώθηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της συνεργασίας με συγκεκριμένα τελικά σημεία ειδικών συμφωνιών. Στα συγκεκριμένα σημεία κυρίαρχο λόγο έχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την επιλογή του προμηθευτή. Άρα ο "καλός" χονδρέμπορος, που δεν δέχεται ανταγωνιστικά προϊόντα εις βάρος των πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αμείβεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την προώθηση συνεργασιών προμήθειας σε επιλεγμένα τελικά σημεία»*.

1159 Ο […] της […] αναφέρει ότι οι συμφωνίες αποκλειστικότητας που αφορούσαν στα προϊόντα ζύθου της

[1299] Ο […], ιδιοκτήτης και διαχειριστής της επιχείρησης «[…]» με διακριτικό τίτλο «[…]» και έδρα στην […] που συνεργάζεται αποκλειστικά με την καθ' ης, επεσήμανε σε στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου το 2007, σε σχέση με τυχόν επιβολή όρων αποκλειστικότητας: «*[ό]χι σήμερα αλλά τα προηγούμενα χρόνια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντιμετώπιζε διαφορετικά τους κατ' αποκλειστικότητα πελάτες της από εκείνους που προσπαθούσαν να δουλέψουν ανταγωνιστικά προϊόντα*».

[1300] […].

Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε χονδρεμπορικό επίπεδο βαίνουν μειούμενες ή «*σιγά-σιγά εκλείπουν*», και διευκρινίζει ότι για τα έτη 2005 – 2009 δεν έχει προσωπική εικόνα της αγοράς […], στέλεχος […] της […] - υπεύθυνη για τις περιοχές […] αναφέρει σε σχέση με το χονδρεμπόριο στ[…] ότι: *«τα τελευταία χρόνια δεν υπάρχουν αποκλειστικές συνεργασίες»* αλλά επισημαίνει ότι πλέον οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις *«μπορεί να δέχονται και άλλες εταιρίες, αλλά δεν τις προωθούν αρκετά»*.

1160 Αναφορικά με τις τυχόν συμβάσεις αποκλειστικής συνεργασίας με τη δεσπόζουσα εταιρία, ο […] της […], επισημαίνει ότι περιπτώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που έχουν αρνηθεί συνεργασία με […] αφορούν κυρίως στην επαρχία *«όπου έχουν παρατηρηθεί αποκλειστικές συνεργασίες με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*, πρόκειται όμως περί ελάχιστου αριθμού αρνητικών απαντήσεων συνεργασίας, οι οποίες *«δεν αξίζουν αναφοράς»*. Η επιχείρηση […] στ[…] υποδεικνύεται από την […] ως μία ενδεικτική περίπτωση αποκλειστικής συνεργασίας. Σύμφωνα με τον […], λόγω της ύπαρξης κάποιων αποκλειστικών συνεργασιών, η εταιρία αναγκάζεται να απευθύνεται σε εναλλακτική χονδρεμπορική επιχείρηση της περιοχής που δεν περιορίζεται από παρόμοια ρήτρα αποκλειστικότητας, με συνέπεια, όπως αναφέρει, *«να μην έχεις την αριθμητική διανομή που θα μπορούσες»*[1301].

1161 Επιπλέον, σχετική επισήμανση κάνει και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης σε υπόμνημά της[1302]: «[σ]ε συγκεκριμένες περιπτώσεις οι χονδρέμποροι οι οποίοι είχαν αποδεχτεί τον όρο αποκλειστικότητας εξασφάλιζαν εμπορική συνεργασία με συγκεκριμένα σημεία πώλησης τα οποία είχαν επίσης δεχτεί την τήρηση αποκλειστικότητας στη συνεργασία τους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η ανωτέρω πολιτική φαίνεται ότι εφαρμοζόταν επιλεκτικά, σε συγκεκριμένους συνεργάτες και ενώ οι όροι συνεργασίας ήταν προφορικοί». Πάντως, η ίδια αναφέρει ότι[1303]: «Αν και ιστορικά, έχουν υπάρξει μία σειρά από αποκλειστικές συμφωνίες μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και χονδρεμπόρων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει σταδιακά αλλάξει από το να επιβάλει αποκλειστικότητα στους χονδρεμπόρους στο να επιβάλει όλο και περισσότερο την αποκλειστικότητα στα τελικά σημεία πώλησης»[1304].

1162 Ωστόσο, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης υπογραμμίζει[1305] ότι: «η Αθηναϊκή Ζυθοποιία καθοδηγεί τα Τελικά Σημεία Πώλησης, με τα οποία συνεργάζεται κατ' αποκλειστικότητα, να προμηθεύονται ζύθο Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από συγκεκριμένους χονδρεμπόρους». Κατά τη συγκεκριμένη εταιρία[1306], η

[1301] Συνεργασίες αποκλειστικότητας στην επαρχία εντοπίζει το 2001 και ο […], ιδιοκτήτης της χονδρεμπορικής εταιρίας «[…]». Πιο συγκεκριμένα, […] αναφέρει: *«Στην Αττική δεν υπάρχουν αποκλειστικότητες ως προς τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, κάτι το οποίο λειτουργεί στην επαρχία υπό τη μορφή των αντιπροσώπων. Επίσης, μικτούς μπορεί να συναντήσει κανείς στην αγορά της Θεσσαλονίκης και πουθενά αλλού»*.

[1302] Υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.12.12 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1303] Υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1304] Συμπληρωματικά η εταιρία παραθέτει τις ακόλουθες αναφορές χονδρεμπορικών επιχειρήσεων: *«[η] […] ένας μεγάλος χονδρέμπορος στην Αττική, ανέφερε το 2012 ότι οι συμφωνίες αποκλειστικότητας με τους χονδρεμπόρους είχαν γίνει ριψοκίνδυνη στρατηγική τόσο για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όσο και για τους δεσμευμένους χονδρεμπόρους. Ομοίως, η […] , ένας από τους […] μεγαλύτερους χονδρεμπόρους στην Αθήνα, δήλωσε ότι το 2012 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σύναψε συμφωνίες αποκλειστικότητας μόνο με Τελικά Σημεία Πώλησης και όχι πλέον με τους χονδρεμπόρους»*. Την ανωτέρω δήλωση εκ μέρους της «[…]» επανέλαβε η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης στο από 26.02.2014 Υπόμνημά της. […]. Αναφορικά δε με την ύπαρξη σχέσεων αποκλειστικότητας στην επαρχία, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισημαίνει σχετικά: *«Τέλος, δύο μικρές κάβες, η […] και η […], επιβεβαίωσαν το 2012 ότι δεν υπήρχαν συμφωνίες αποκλειστικότητας μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και των χονδρεμπόρων εκτός από τις μικρές πόλεις ή στην επαρχία/νησιά»*.

[1305] Υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 1ο συμπληρωματικό υπόμνημα.

[1306] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο συμπληρωματικό υπόμνημά της.

Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγκάζει τα σημεία τελικής κατανάλωσης τα οποία έχει δεσμεύσει με αποκλειστικότητα «να εκτρέπουν τις παραγγελίες τους σε προτιμώμενους χονδρεμπόρους, προφανώς για να ελέγχουν όντως ότι η υποχρέωση αποκλειστικότητας τηρείται». Ως παράδειγμα μάλιστα χονδρεμπορικής επιχείρησης που συνεργάζεται υπό το συγκεκριμένο καθεστώς με τη δεσπόζουσα εταιρία, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κατονομάζει την επιχείρηση […]. Επίσης, η ΖΜΘ[1307] κάνει μνεία στην αναφορά της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]»: «η […] ανάφερε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατεύθυνε ορισμένα bar/club σε συγκεκριμένους χονδρεμπόρους και αντιστρόφως».

1163 Επιπλέον, στο από 26.02.2014 υπόμνημά της, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρεται στις ακόλουθες περιπτώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων οι οποίες βρέθηκαν αντιμέτωπες με πιέσεις από την καθ' ης στο πλαίσιο της προμήθειας τελικών σημείων.

i) Στην περιοχή της Θεσσαλονίκης *«[τ]ο έτος 2000 ο χονδρέμπορος* [...] *ξεκίνησε την εταιρεία "* [...]*" αλλά σταμάτησε σχεδόν αμέσως λόγω ζημίων, αναφέροντας ότι η ΑΖ κατέστησε αδύνατη τη πρόσβαση του στα δεσμευμένα καταστήματα λιανικής, τα οποία ήταν δεσμευμένα με την ΑΖ. Παρ'όλα αυτά συνέχισε την εμπορική του δραστηριότητα από μία νέα αποθήκη με την επωνυμία* [...] *χωρίς τη Βεργίνα αλλά με προϊόντα της ΑΖ».*

ii) Στην περιοχή της [...] *«ο χονδρέμπορος* [...] *ξεκίνησε την συνεργασία με την ΖΜΘ, αλλά η ΑΖ έβαλε τον χονδρέμπορό της* [...] *να "αγοράσει" όλα τα μαγαζιά με τα οποία συνεργαζόταν ο* [...] *, κάτι το οποίο είχε ως αποτέλεσμα το κλείσιμο της επιχείρησής του».*

iii) Κατά την περίοδο 2000 – 2001 *«ο χονδρέμπορος* [...]*ξεκίνησε συνεργασία μαζί μας* [εννοείται με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης] *αλλά στη συνέχεια σταμάτησε λόγω πιέσεων. Υπήρχε μία "μάχη" για μία ταβέρνα με την ονομασία "* [...]*". Η Εταιρεία μας είχε συνεργαστεί με την* [...] *για το κατάστημα αυτό και το τροφοδοτούσε μέσω της* [...]. *Η ΑΖ πήγε στο "* [...]*" και τους πρόσφερε χρήματα με αντάλλαγμα αποκλειστικότητα. Επιπλέον, προέτρεψε τον χονδρέμπορο* [...] *να σταματήσει την συνεργασία του με την ΖΜΘ».* Σημειώνεται ωστόσο ότι όπως η ΑΖ επισημαίνει στην από 14.03.2014 προσθήκη – αντίκρουσή της[1308] [...].

1164 Η ΑΖ στην από 14.03.2014 προσθήκη – αντίκρουσή της επί του ανωτέρω υπομνήματος αναφέρει ότι οι ισχυρισμοί της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης βασίζονται σε δηλώσεις *«αναληθείς και αναξιόπιστες»* καθώς *«οι φερόμενοι ως δηλούντες […] τα διαψεύδουν είτε με τις απαντήσεις τους σε ερωτηματολόγια της ΓΔΑ ή/και της ΑΖ*[1309] *[…] είτε κατόπιν σχετικής ερώτησης από την ΑΖ αφότου περιήλθε σε γνώση των αναφερόμενων στο Υπόμνημα της ΖΜΘ δηλώσεων».* Σημειώνεται ωστόσο ότι όπως προέκυψε από την εξέταση των συλλεχθέντων στοιχείων στο πλαίσιο της έρευνας της Υπηρεσίας καθώς και των […], δεν προέκυψαν σχετικά στοιχεία που να αναιρούν τις ανωτέρω μαρτυρίες […].

- *Αναφορές χονδρεμπορικών επιχειρήσεων*

1165 Αντίστοιχες αναφορές έχουν γίνει και από εκπροσώπους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα,

---

[1307] Υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 1ο συμπληρωματικό υπόμνημα.

[1308] Βλ. σχετικά συνημμένο ΖΜΘ2 στην εν λόγω προσθήκη – αντίκρουση της ΑΖ επί του υπομνήματος της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1309] Η ΑΖ παραπέμπει στα αποτελέσματα ερωτηματολογίου που υπέβαλε σε πλήθος χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και τα οποία προσκόμισε ως σχετικά Χ/3 και Χ/3Α στο από 04.03.2014 υπόμνημά της.

σύμφωνα με την κατάθεση του […] για την εταιρία « […]», η οποία λειτουργούσε […] έως το 2003, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε απευθείας συνεργασία […] χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες «*διακινούσαν αποκλειστικά και μόνο τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*» και οι οποίες απολάμβαναν μεταξύ άλλων και «*άλλα προνόμια στην αγορά, όπως πρόσβαση σε προβεβλημένα τελικά σημεία με τα οποία συνάπτει συμφωνία η Αθηναϊκή (όπως αλυσίδες super market, μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και μικρά μεν, αλλά σε επιλεγμένα σημεία, καταστήματα "κρύας" αγοράς)*».

1166 Επίσης, ο […], εκ μέρους της εταιρίας « […]» η οποία είχε άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τη διάρκεια των ετών 1994 - 2002[1310] σε ένορκη κατάθεσή του, διευκρινίζει αναφορικά με τη δυνατότητα που είχε να διακινεί ανταγωνιστικά προϊόντα: «*Όχι, δε μου επέτρεπε η Αθηναϊκή να διακινώ ανταγωνιστικά προϊόντα, πλην του "Μύθου" […] Ιδιαίτερα για τη μπύρα "Βεργίνα", κάθε φορά και σε κάθε επαφή υπήρχε ειδική επισήμανση*». Αναφέρει, δε, ότι: «*[ο]ι όροι της συμφωνίας* [ΣτΣ: ενν. με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία] *ήταν να πουλάω προϊόντα δικά τους και όχι του ανταγωνισμού, πλην του "Μύθου" για τον οποίο ο* […], *μου έχει δηλώσει κατ' επανάληψη ότι είναι δικό τους παιδί και ότι η Αθηναϊκή χρηματοδότησε τον* […] *για να παράγει το "Μύθο"*[1311]*. […] Εφόσον αποδεχόμουν τους όρους της συμφωνίας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατηύθυνε τα τελικά σημεία να συνεργάζονται αποκλειστικά με μένα*».

1.1.2. Ανάθεση τριγωνικών πωλήσεων στη χονδρεμπορική επιχείρηση ως κίνητρο για τον περιορισμό της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων –

Διακοπή ή μείωση συνεργασιών από την ΑΖ σε περιπτώσεις διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων από χονδρεμπόρους

1167 Όπως ήδη έχει αναφερθεί, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις αναλαμβάνουν την προμήθεια επιχειρήσεων που έχουν συνάψει με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμφωνίες διάθεσης των προϊόντων της (κυρίως αλυσίδες καταστημάτων που λειτουργούν ανά την ελληνική επικράτεια[1312]). Οι συνεργαζόμενες χονρεμπορικές επιχειρήσεις προμηθεύουν αυτές τις επιχειρήσεις επιτόπιας κατανάλωσης είτε μεταπωλώντας τους τα προϊόντα της καθ' ης είτε εφοδιάζοντάς τις υπό το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων[1313]. Στο πλαίσιο της συγκεκριμένης συνεργασίας, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις λαμβάνουν […][1314], ενώ στην περίπτωση της μεταπώλησης προϊόντων σε επιχειρήσεις – key accounts,

---

[1310] Μετά το έτος 2002 η προμήθεια των προϊόντων της εν λόγω εταιρίας γίνεται μέσω τρίτων επιχειρήσεων.

[1311] Παρόμοια δήλωση για τη σχέση μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της Μύθος Ζυθοποιίας αναφέρεται και στην ένορκη κατάθεση του […]. […]

[1312] Οι εν λόγω αλυσίδες αφορούν κατά κύριο λόγο επιχειρήσεις δραστηριοποιούμενες στην αγορά επιτόπιας καταναλωσης μπίρας, π.χ. αλυσίδες καταστημάτων ταχείας εστίασης, καθώς και σε εταιρίες που ανήκουν στην αγορά της μελλοντικής κατανάλωσης μπίρας, π.χ. αλυσίδες super market.

[1313] Σύμφωνα με διευκρίνιση του […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] (στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη στα γραφεία της εταιρίας το 2008) το σύστημα των τριγωνικών πωλήσεων ξεκίνησε να λειτουργεί […]. Υπενθυμίζεται ότι στην υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιίας παρέχεται ο ακόλουθος ορισμός: «*Ως τριγωνικές πωλήσεις νοούνται οι εκ μέρους των χονδρεμπόρων κατόπιν εντολής της παραγωγού εταιρίας παραδόσεις εμπορευμάτων σε τοπικό πελάτη για τις οποίες ο χονδρέμπορος εισπράττει συγκεκριμένη -συνήθως ποσοστιαία- αμοιβή. Η τιμολόγηση και το εμπορικό ρίσκο ανήκει στην εταιρία. Η μέθοδος αυτή ακολουθείται ιδίως στην επαρχία όπου οι παραγωγοί δεν διατηρούν αποθηκευτικούς χώρους για τη διανομή των προϊόντων τους*».

[1314] Όπως διευκρινίζει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 8236/21.11.08 υποβολή στοιχείων: «[…]». Επίσης στη μεταγενέστερη υπ' αριθ. πρωτ. 8661/15.12.08 υποβολή στοιχείων η καθ' ης επισημαίνει: «[…]».

όπως ήδη έχει εκτεθεί, συμφωνούν […]. Όπως ήδη έχει αναλυθεί, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία […][1315]. Περαιτέρω, και από τις απαντήσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων προκύπτει επίσης ότι οι εν λόγω επιχειρήσεις λαμβάνουν αμοιβή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την εξυπηρέτηση αλυσίδων καταστημάτων […][1316]. Ως εκ τούτου, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις επιδιώκουν να συνεργαστούν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο εξυπηρέτησης κεντρικών συμφωνιών που η ίδια έχει συνάψει με αλυσίδες καταστημάτων, καθώς με αυτόν τον τρόπο διευρύνουν το πλαίσιο συνεργασίας τους με τη δεσπόζουσα εταιρία του κλάδου, ενώ παράλληλα αποκτούν πρόσβαση σε πελατολόγιο η εξυπηρέτηση του οποίου εξασφαλίζει μία σχετικά σταθερή αμοιβή, στο βαθμό που τα καταστήματα συνεχίζουν να ζητούν το προϊόν ή εξακολουθεί να τους ανατίθεται η πραγματοποίηση των έμμεσων πωλήσεων.

1168 Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί ως μοχλό πίεσης έναντι των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων με τις οποίες συνεργάζεται, την ανάθεση σε αυτές της προμήθειας και διανομής των προϊόντων της σε επιχειρήσεις που εξυπηρετούνται στο πλαίσιο κεντρικών συμφωνιών. Σε ορισμένες άλλες περιπτώσεις η καθ' ης, αντιστρόφως, διακόπτει τη συνεργασία της αυτή με χονδρεμπόρους ως αντίποινα ενόψει της συνεργασίας τους με ανταγωνίστρια εταιρία.

1169 Ειδικότερα, σε σχέση κατ' αρχάς με την ανάθεση εργασιών προμήθειας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προκύπτει ότι χρησιμοποιεί την ανάθεση τριγωνικών πωλήσεων στη χονδρεμπορική επιχείρηση ως μοχλό πίεσης προς τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις για τον περιορισμό της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων. Η συγκεκριμένη πρακτική περιγράφεται κυρίως στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […]1317 την οποία υπέβαλε στην Ε.Α. η καταγγέλλουσα. Σύμφωνα με τον

[1315] Σχετικώς αναφέρονται τα ακόλουθα έγγραφα τα οποία συλλέχθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα οποία στην πλειονότητά τους έχουν αναφερθεί που αφορά στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης μπίρας: **α)** Εσωτερικό σημείωμα με ημερομηνία 17.10.2005 και θέμα […]. **β)** Εσωτερικό σημείωμα ίδιου περιεχομένου που αφορά […] (ημερομηνίας 12.12.2005). **γ)** Αντίστοιχη εσωτερική επικοινωνία ημερομηνίας 21.12.2005 […]. Ομοίως, σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της […] με ημερομηνία 09.02.2005 αναφέρεται σχετικά με […] **δ)** Παρόμοια με τα ανωτέρω εσωτερικά σημειώματα […] τα οποία φέρουν ημερομηνίες 14.02.2004, 22.07.2004, 26.07.2004, 06.09.2005 και 08.12.2005. Επιπλέον στο έγγραφο εσωτερικής επικοινωνίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επισημαίνεται: […]. **ε)** Αντίστοιχα εσωτερικά σημειώματα εντοπίστηκαν για […] που (το ένα εξ αυτών φέρει ημερομηνία 06.09.2005). Επιπλέον σε έγγραφο εσωτερικής επικοινωνίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επισημαίνεται: «[…]». Επίσης σχετικά με τα ως άνω καταστήματα, σε δύο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου […] με ημερομηνίες 09.02.2005 και 28.02.2005 αντίστοιχα, αναφέρονται […]. Συγκεκριμένα στο μήνυμα της 09.02.2005 αναφέρεται: «[…]. **στ)** Στο από 23.06.2005 email της […] αναφέρεται σχετικά με […]. **ζ)** Περαιτέρω, κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εντοπίστηκαν μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της 23.02.2006, 19.07.2005 και 29.03.2005 από […], στα οποία αναφέρονται […]. Στα εν λόγω έγγραφα, που αφορούν στα έτη 2005 και 2006 κυρίως, αναφορά γίνεται […].

[1316] Πιο αναλυτικά: **α)** Η εταιρία « […]» που διατηρεί πρατήριο ποτών αναψυκτικών στ[…] Αττικής με την επωνυμία « […]» δηλώνει (στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων): «[…]» και διευκρινίζει (στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων: « […]». Η εταιρία […] στ[…] Αττικής στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων δηλώνει: […]». γ) Η εταιρία εμπορίας ποτών « […]» στ[…], στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων, αναφέρει ότι […]»με την αιτιολογία […]. δ) Η εταιρία « […]» δηλώνει στην υποβολή απαντήσεων (με αριθ. πρωτ. […]) ότι […] το ποσό (ως καθαρή αξία χωρίς δημ. φόρο) €[…] για το έτος 2004, €[…] για το 2005 και €[…] για το 2006. ε) Η εταιρία « […]» με αντικείμενο δραστηριότητας το […], στ[…], δηλώνει (στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων) ότι […]. Η εταιρία διευκρινίζει σχετικά: […]».

[1317] Βλ. σχετ. την προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 969 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων.

υπάλληλο της καταγγέλλουσας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θέτει ως απαρέγκλιτη προϋπόθεση για την ανάθεση τριγωνικών πωλήσεων στη χονδρεμπορική επιχείρηση τη διακοπή ή τον περιορισμό της διακίνησης των σημάτων της καταγγέλλουσας. Ο υπάλληλος της Μύθος αναφέρει τις ακόλουθες περιπτώσεις:

i) *«στην περιοχή* [...] *[…] οι πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ άρχισαν να προσεγγίζουν διάφορους χονδρεμπόρους της περιοχής που είτε δούλευαν ήδη τα προϊόντα της αποκλειστικά είτε διανέμουν και τα δικά μας προϊόντα στους οποίους έταζαν να αναθέσουν τμήμα των τριγωνικών πωλήσεων (πρακτορεία) της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ μετά το κλείσιμο του υποκαταστήματός της υπό την αυστηρή και απαραίτητη προϋπόθεση να διακόψουν αμέσως κάθε σχέση και επαφή με την εταιρία μας και τα προϊόντα της, απειλώντας τους ταυτόχρονα ότι εάν δεν συμμορφωθούν με αυτό θα προχωρήσουν και σε άλλα μέτρα υπονοώντας την διακοπή ή την επί τα χείρω τροποποίηση της μέχρι τότε συνεργασίας τους»*[1318]. Τα περιστατικά αναφέρονται στην περίοδο διακοπής της λειτουργίας του υποκαταστήματος που διατηρούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην περιοχή [...] και μέσω του οποίου εξυπηρετούσε έως τότε τις πωλήσεις της στην περιοχή.

ii) *«Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και η περίπτωση της εταιρίας "*[...]*" χονδρεμπόρου στ*[...] *στον οποίο ζητήθηκε τον Οκτώβριο 2006 η διακοπή της εξυπηρέτησης των τριγωνικών πωλήσεών (πρακτορεία) μας ως προϋπόθεση για να συμμετάσχει στην μετά το κλείσιμο του υποκαταστήματος της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ στ*[...] *τριγωνικές πωλήσεις των δικών τους προϊόντων».*

iii) *«Όμοιες απειλές έχουν δεχτεί και χονδρέμποροι στην περιοχή της Ηπείρου που αρνούνται να συνεργαστούν μαζί μας φοβούμενοι "τα αντίποινα" της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ και συγκεκριμένα την απώλεια των τριγωνικών πωλήσεών της στην ευρύτερη περιοχή της Ηπείρου (*[...]*). Τέτοιες είναι οι περιπτώσεις των χονδρεμπόρων* [...],. Η επιχείρηση « [...]», όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 1 του Παραρτήματος 2, διακινούσε [...] (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

iv) *«Στην περίπτωση της* [...] *χονδρεμπόρου στ*[...]*, υπήρξαν απειλές για διακοπή της εξυπηρέτησης των τριγωνικών πωλήσεων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ αμέσως μόλις διαπιστώθηκε ότι φέτος οι πωλήσεις μας προς αυτούς πενταπλασιάστηκαν».*

1170 Συναφώς, το 2012 ο […] και της έτερης ανταγωνίστριας […] τονίζει ότι οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις επιδιώκουν να συνεργαστούν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπό το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων και ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί το γεγονός αυτό ως μοχλό πίεσης / φόβητρο προς τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις προκειμένου οι πωλήσεις σε προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας να μην μειώνονται, ενώ επίσης εκθέτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δύναται να διαγνώσει και να διακρίνει αν η πτώση πωλήσεων οφείλεται σε εκτοπισμό αυτής έναντι ανταγωνιστών ή είναι αποτέλεσμα των συνθηκών της αγοράς. Από τη δήλωσή του[1319] προκύπτει σαφώς ότι η ανάθεση αυτού του τύπου της συνεργασίας χρησιμοποιείται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως μοχλός πίεσης για τη διατήρηση της θέσης της και τον αποκλεισμό ανταγωνιστών. Συγκεκριμένα, ο […] της […] αναφέρει: *«μία χονδρεμπορική επιχείρηση σαφέστατα ενδιαφέρεται να συμμετέχει στο σύστημα τριγωνικών πωλήσεων δεδομένου ότι με αυτόν τον τρόπο αποκτά ένα σίγουρο εισόδημα που προκύπτει από την παροχή*

[1318] Ο καταθέτων διευκρινίζει ότι: *«[α]υτές τις περιπτώσεις τις γνωρίζω από προσωπικές επαφές και συνομιλίες που είχα με χονδρεμπόρους της περιοχής όπως ο […]».*

[1319] […].

υπηρεσιών αποθήκευσης και διανομής. Η επιλογή χονδρεμπορικής επιχείρησης για τη συμμετοχή στο σύστημα τριγωνικών πωλήσεων συνιστά μοχλό πίεσης προς τις τελευταίες. Αυτό είναι κάτι που ισχύει μάλιστα για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. [...] Εάν οι πωλήσεις σε προϊόντα της εταιρίας (της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας) οι οποίες προκύπτουν από το τμήμα της ανεξάρτητης εμπορίας της επιχείρησης[1320] *βαίνουν μειούμενες υπάρχει ο κίνδυνος να χάσει το "προνόμιο" της τριγωνικής πώλησης. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δύναται να διαγνώσει εάν η πτώση πωλήσεων οφείλεται σε εκτοπισμό αυτής έναντι ανταγωνιστών ή είναι αποτέλεσμα των συνθηκών της αγοράς π.χ. πτώση τουρισμού, μείωση ζήτησης κ.α.».*

1171 Περαιτέρω, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θέτει σε κάποιες περιπτώσεις ως προϋπόθεση για την απευθείας πώληση (καθεστώς άμεσης συνεργασίας) των προϊόντων της σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, τον περιορισμό ή ακόμη και τη διακοπή της προμήθειας των σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας. Σύμφωνα με κατάθεση του 2007 του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […][1321], η καθ' ης έχει θέσει τη διακοπή συνεργασίας με τη Μύθος Ζυθοποιία ως όρο για την απευθείας πώληση σε εμπόρους δραστηριοποιούμενους στην περιοχή […] τους οποίους κατονομάζει: *«[σ]τους εμπόρους* […]*»* και για τους οποίους αναφέρει ότι *«έχει τεθεί ως απαραίτητος όρος για να τιμολογηθούν απευθείας από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ η διακοπή της συνεργασίας τους μαζί μας».*

- περίπτωση εταιρίας « [...]***»***

1172 Περαιτέρω, η χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» με έδρα […], προκύπτει[1322] ότι είχε παραπονεθεί προς την καθ' ης σε σχέση με την απευθείας συνεργασία και την ανάθεση του εφοδιασμού συγκεκριμένου «πελάτη / σούπερ μάρκετ». Ειδικότερα, προκύπτει αναφορά περί του ότι η καθ' ης είχε θέσει στη « […]» ως προϋπόθεση για την έναρξη απευθείας συνεργασίας μαζί της, τη μείωση ανταγωνιστικών προϊόντων. Συγκεκριμένα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην επιστολή της 02.08.2005 προς την εν λόγω χονδρεμπορική επιχείρηση αναφέρει:

«[μ]ας προξενεί μεγάλη έκπληξη ο ισχυρισμός σας ότι δήθεν σας τέθηκε από εμάς ως προϋπόθεση της έναρξης της απευθείας συνεργασίας μας ο περιορισμός στο ελάχιστο των παραγγελιών σας σε ανταγωνιστικά προϊόντα. Τέτοια προϋπόθεση είναι αδιανόητη για την εταιρεία μας η οποία ως γνωστόν συνεργάζεται με ένα πολύ μεγάλο αριθμό χονδρεμπόρων στην Ελλάδα οι οποίοι εμπορεύονται ελεύθερα τόσο δικά της προϊόντα όσο και προϊόντα άλλων επιχειρήσεων του κλάδου. Ωσαύτως είναι αδιανόητοι για εμάς οι ισχυρισμοί σας περί δήθεν συνεννοήσεων σχετικά με τις αποκλειστικές ή μη αποκλειστικές σχέσεις προμήθειας μεταξύ χονδρεμπόρων και σούπερ-μάρκετ αφού η εταιρεία μας δεν επιθυμεί να παρεμβαίνει στις σχέσεις αυτές. Κατά συνέπεια αρνούμεθα κατηγορηματικά τους ανωτέρω ισχυρισμούς και σας δηλώνουμε ότι ο αναφερόμενος στην επιστολή σας πελάτης/σούπερ-μάρκετ, όπως άλλωστε και οποιοσδήποτε άλλος πελάτης, έχει το απόλυτο δικαίωμα επιλογής του προμηθευτή του, περιλαμβανομένης και της δικής σας

[1320] Ο […]διευκρινίζει ότι: *«οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο σύστημα των τριγωνικών πωλήσεων παράλληλα διακινούν εμπορικά ποσότητες των προϊόντων ως εμπορική δραστηριότητα ανεξάρτητη της τριγωνικής πώλησης».*

[1321] Βλ. σχετ. την προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 969 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε στην Ε.Α. η Μύθος Ζυθοποιία στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων.

[1322] Σύμφωνα με σχετική αλληλογραφία η οποία συλλέχθηκε στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που διενεργήθηκε στα γραφεία της καθ' ης το 2006.

επιχείρησης, σταθμίζοντας τις εκάστοτε περιστάσεις. Περαιτέρω, όσον αφορά την επικαλούμενη στην επιστολή σας τριγωνική σχέση με την εταιρεία "[…]" θα πρέπει να γίνει σαφές ότι η σχέση αυτή δεν αφορά πώληση προϊόντων από την εταιρεία αυτή αλλά απλή λήψη υπηρεσιών από την εταιρεία μας σχετικά με την αποθήκευση και διακίνηση των πωλούμενων από εμάς προϊόντων. Κατά συνέπεια, η σχέση αυτή δεν παρέχει κάποιο ιδιαίτερα συναλλακτικό πλεονέκτημα στην εν λόγω εταιρεία, ενώ όπως είναι αυτονόητο, η εταιρεία μας δικαιούται να επιλέγει ελεύθερα τον τρόπο και τα μέσα με τα οποία θα διακινεί και αποθηκεύει εκάστοτε τα πωλούμενα απ΄ αυτήν προϊόντα».

1173 Ο […] της χονδρεμπορικής επιχείρησης […], απαντώντας το 2012 σε ερωτηματολόγιο που του υπέβαλαν στελέχη της Ε.Α., αρνείται ότι έχει επικοινωνήσει εγγράφως με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ή και με τη […] και, ως προς τα κριτήρια που όφειλε να πληροί η επιχείρησή του προκειμένου να γίνει άμεσος πελάτης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, σε αντίθεση με όσα είχε αναφέρει η εταιρία του κατά τα προεκτεθέντα, δεν αναφέρεται εκ νέου στην ύπαρξη προϋπόθεσης μείωσης αγορών ανταγωνιστικών σημάτων. Ως προς δε τη μείωση του διακινούμενου όγκου ανταγωνιστικών σημάτων προκειμένου ως αντάλλαγμα να ξεκινήσει την απευθείας συνεργασία με την καθ' ης, ο […] διευκρινίζει: «[δ]εν θυμάμαι να […] μειώσει για συγκεκριμένο λόγο τις αγορές σε προϊόντα της " […]" με την εξαίρεση των τελευταίων μηνών κατά τους οποίους έχουν προκύψει προβλήματα λόγω της κρίσης».

1174 Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, η αναλογία αγορών της επιχείρησης « […]» τα έτη 2006 – 2011[1323] στα προϊόντα των δύο προμηθευτριών της ζύθου (Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και Μύθος Ζυθοποιίας - αντιστοίχως), έχει ως εξής: [85-95] έναντι [5-15]%, [85-95] έναντι [5-15]%, [75-85] έναντι [5-15]%, [85-95] έναντι [5-15]%, [85-95] έναντι [5-15]%, και [85-95] έναντι [5-15]%.

1175 Περαιτέρω, ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας […] αναφέρει ότι […], υπήρξαν από κοινού ιδρυτές και ιδιοκτήτες της εταιρίας […] από την οποία ο πρώτος αποχώρησε *«λόγω ασυμφωνίας σε θέματα εμπορικής διαχείρισης»* το 2005[1324]. Ο […] διευκρινίζει ότι στο παρελθόν είχε υποδείξει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία ως προτιμώμενη προμηθεύτρια εταιρία την επιχείρηση […] και όχι την εταιρία « […]»[1325]. Σύμφωνα με τον […], υπήρχε ανέκαθεν συνεργασία με την επιχείρηση […] ως προς την προμήθεια των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθότι κριτήριο μεταξύ άλλων για τον ίδιο αποτελεί *«και η καλή σχέση εμπορικής συνεργασίας που διατηρεί με την προμηθεύτρια και παραγωγό εταιρία Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*, ενώ αντίστοιχα *«η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγνωρίζοντας την ποιότητα της*

[1323] Τα συγκεκριμένα στοιχεία συλλέχθηκαν στο πλαίσιο του επιτόπιου ελέγχου που διεξήχθη στα γραφεία της εταιρίας «[…]».

[1324] Σύμφωνα με τα λεγόμενα του […].

[1325] Ο […] αναφέρει: *«[χ]ρονικά το τοποθετώ [...] ενόψει της επικείμενης εγκατάστασης συστήματος τριγωνικών πωλήσεων […]. Στο πλαίσιο αυτό η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιθυμούσε να της γνωρίσω με ποια χονδρεμπορική επιχείρηση προτίθεμαι να συνεργασθώ. Σίγουρα θα μου είχε ζητηθεί κάτι τέτοιο (η γνωστοποίηση) από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και σε καμία περίπτωση δεν θα το είχα κάνει με δική μου πρωτοβουλία. Η απάντησή μου στο ανωτέρω αίτημα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεν θυμάμαι να ήταν έγγραφη ή προφορική, ωστόσο θυμάμαι ότι θα είχα προτείνει τη […] ως χονδρέμπορο-προμηθευτή μου».*

Αναφορικά πάντως με την επιλογή προμηθευτών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά το διάστημα […] στην εταιρία «[…]», ο […] αναφέρει: «[…] *στην εταιρία "[…]" συνέχισα να προμηθεύομαι τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για τα καταστήματα μου κατά κύριο λόγο από την εταιρία* […] *χάριν της μακροχρόνιας συνεργασίας μας. Παρ' όλα αυτά ξεκίνησα να προμηθεύομαι προϊόντα Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και από τις "[…]"».*

συνεργασίας της με τη […] έκανε εμφανή την προτίμησή της και υποδείκνυε μέχρι πριν 10 χρόνια τη συνεργασία με αυτήν». Ο επιχειρηματίας αναφέρει ότι: *«προ δεκαετίας για τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας συνεργαζόμουν αποκλειστικά με τη "[…]" καθώς ήταν η μοναδική επιχείρηση σε επίπεδο χονδρεμπορίου που προμήθευε τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της […]»*, ενώ από το 2006 *«[η] προμήθεια των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας γίνεται κυρίως από την χονδρεμπορική επιχείρηση […] με τριγωνική πώληση»*[1326].

1176 Με βάση τα αναλυτικά στοιχεία αγορών της εταιρίας […], προκύπτει ότι στο σύνολο των ετών 2001 – 2011, η εταιρία […] υπήρξε ο προμηθευτής της σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και μάλιστα από το 2006 υπό το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων. Η επιχείρηση «[…]» προμηθεύει την εταιρία με προϊόντα ζύθου της […] κατά τα έτη 2001 έως και 2006 σε πολύ μικρά ποσοστά[1327].

1.1.3 Διακριτική μεταχείριση - Υψηλότερες παροχές

- Αναφορές χονδρεμπορικών επιχειρήσεων

1177 Στην ένορκη κατάθεσή της[1328] η […] που διατηρεί […] επιχείρηση με διακριτικό τίτλο « […]» στην […], αναφέρεται σε διακριτική μεταχείριση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι των χονδρεμπόρων στην περιοχή δραστηριοποίησής της, εντοπίζοντας και αυτή ως παράδειγμα την επιχείρηση του […]. Συγκεκριμένα η επιχειρηματίας δηλώνει: «*Μόνο κατά το τελευταίο έτος λάβαμε μικρή ποσότητα διαφημιστικού υλικού, που προοριζόταν για τα τελικά σημεία πώλησης. Μέχρι τότε δεν είχα λάβει τίποτε και όταν ζητούσα διαφημιστικό υλικό για τα τελικά σημεία πώλησης, το έδινε απευθείας η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε αυτά. Γνωρίζω βέβαια, ότι κατά την ίδια χρονική περίοδο, άλλοι χονδρέμποροι στην ίδια περιοχή λάμβαναν πολύ σημαντικές παροχές που προορίζονταν για τα τελικά σημεία πώλησης. Σημειώνω δε ότι, σε πολλές περιπτώσεις, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προέβαινε σε απευθείας συμφωνίες με τα τελικά σημεία των ανταγωνιστών χονδρεμπόρων. Το γεγονός αυτό με καθιστούσε λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με τους άλλους χονδρεμπόρους, καθώς τα τελικά σημεία πώλησης προτιμούσαν να συνεργαστούν με εκείνους και όχι με εμένα, αφού λάμβαναν καλύτερες παροχές και έδιναν την εντύπωση ότι είχαν μεγαλύτερη υποστήριξη από την πλευρά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Συγκεκριμένα, άκουγα ότι ο κος […], ο οποίος είναι ο μεγαλύτερος χονδρέμπορος στο νομό […]και λάμβανε σημαντικές παροχές, είναι το "παιδί της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας"»*. Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 1 του Παραρτήματος 2, όντως η εταιρία « […]» διακινούσε σχεδόν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας[1329]. Προεκτέθηκε δε ότι και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ανέφερε την επιχείρηση « […]»

[1326] Επιπλέον, ο […] συμπληρώνει: *«Η προμήθεια των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποφασίσθηκε από την επιχείρησή μας να γίνεται από τη "[…]" και τα προϊόντα […] από τις "[…]". […] Η επιχείρηση […] λειτουργεί τα τελευταία 60 χρόνια με καταστήματα […] και από το 2007 τα καταστήματα […] εντάχθηκαν στο σχήμα δικαιόχρησης […], όπου και ξεκίνησε η προμήθεια προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω τριγωνικής πώλησης»*.

[1327] Ωστόσο, ο […] αναφέρει σχετικά: *«[κ]ατ' εκτίμηση αναφέρω ότι από το 2001 έως και σήμερα η κάλυψη της συνολικής ετήσιας προμήθειας της επιχείρησής μου για προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας γινόταν με ποσοστά […]% από τη "[…]" και […]% από τις "[…]"»*.

[1328] Του 2006, κατάθεση ενώπιον της Υπηρεσίας.

[1329] Σημειώνεται ότι ο εν λόγω χονδρέμπορος, στην υπ' αριθ. πρωτ. 3612/06.05.09 απάντηση, δηλώνει ότι η ποσοστιαία συμμετοχή της αξίας αγορών των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο σύνολο των αγορών μπίρας το έτος 2001 ήταν [85-95]%, το 2002 και το 2003 [85-95]%, το 2004 [95-100]%, το 2005 και το 2006 [85-95]%, το 2007 [85-95]% και το 2008 [85-95]%.

ως παράδειγμα προτιμώμενης χονδρεμπορικής επιχείρησης προς την οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγκάζει τα αποκλειστικά σημεία τελικής πώλησης να εκτρέπουν τις παραγγελίες τους.

1178 Στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης […]αναφέρεται και ο […], ο οποίος διατηρεί την εταιρία « […]» που δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων στη χονδρική και λιανική πώληση ποτών, και […]. Ο […] στην ένορκη κατάθεσή του το 2006 αναφέρεται στη χορήγηση υψηλότερων παροχών στα καταστήματα που συνεργάζονταν με την επιχείρηση […] επισημαίνοντας τα ακόλουθα: *«Κατά τη διάρκεια της απασχόλησής μου στην […], διαπίστωσα ότι υπάρχουν νυχτερινά καταστήματα, με τα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει κάνει απευθείας συμφωνία. Αναφέρομαι στα καταστήματα των […] (στην κεντρική πλατεία […]). Το 2004-2005, τα καταστήματα-πελάτες μας στην κεντρική πλατεία […], μαθαίνοντας ότι τα ανταγωνιστικά καταστήματα λαμβάνουν παροχές από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, και εξαιτίας των συμφωνιών αυτών, απαιτούσαν τη σύναψη αντίστοιχων συμφωνιών, διότι διαφορετικά θα διέκοπταν τη συνεργασία μας και θα απευθύνονταν σε άλλο χονδρέμπορο, τον […], έτσι ώστε να λαμβάνουν τις ίδιες παροχές. Συγχρόνως, συζητούσαμε τρόπους συνεργασίας με ένα από τα καταστήματα αυτά (συγκεκριμένα τον […]) καθώς και με τον […], οι οποίοι με ρωτούσαν αν η συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία μπορεί να διατηρηθεί και σε συνεργασία με τη δική μας επιχείρηση ως προμηθευτή. Επικοινώνησα τότε με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και ζήτησα την επιβεβαίωση ότι οι συμφωνίες αυτές θα εξακολουθούσαν να ισχύουν. Τα στελέχη της Αθηναϊκής με προέτρεψαν να μην αρχίσω πόλεμο λιανικής με τον αντίστοιχο χονδρέμπορο»*[1330].

1179 Στο πλαίσιο της ευνοϊκότερης μεταχείρισης ορισμένων χονδρεμπόρων σε σχέση με άλλους και την προώθηση των συνεργασιών αυτών με τελικά σημεία, σύμφωνα και με την ένορκη κατάθεση του […] εκ μέρους της […] επιχείρησης « […]» οι χονδρέμποροι που διακινούσαν αποκλειστικά σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λάμβαναν μεγαλύτερες ποσότητες διαφημιστικού υλικού προς διάθεση στα συνεργαζόμενα τελικά σημεία. Συγκεκριμένα, ο […] στην ένορκη κατάθεσή του το 2006 επισημαίνει: *«Παρόλο που διακινούσα μεγάλες ποσότητες των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η ποσότητα του διαφημιστικού υλικού που μου χορηγούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν πάρα πολύ μικρή σε σύγκριση με την ποσότητα διαφημιστικού υλικού που χορηγούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε άλλους χονδρεμπόρους, που διακινούσαν τις ίδιες περίπου με εμένα ποσότητες των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ο λόγος για τον οποίο μου χορηγούνταν τόσο μικρές ποσότητες διαφημιστικού υλικού είναι η μη αποκλειστική συνεργασία μου με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*.

- ***Αναφορά από την ανταγωνίστρια επιχείρηση Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης***

[1330] Επιπλέον, ο […] αναφέρετα στη συνέχεια στο διαγωνισμό για την προμήθεια των […]στην περιοχή […] για τον οποίο ισχυρίζεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ουσιαστικά επιλέγει την επιχείρηση που θα κερδίσει το διαγωνισμό μέσω της παροχής σε αυτήν μεγαλύτερης έκπτωσης. Συγκεκριμένα, ο καταθέτων δηλώνει: *«Την ίδια περίοδο προκηρύχθηκε ο διαγωνισμός για την προμήθεια των […] στην περιοχή […]. Μέχρι τότε δεν είχα ασχοληθεί καθόλου με αυτόν το διαγωνισμό (παρόλο που η επιχείρησή μου διαθέτει πιστοποίηση κατά ISO και HACCP) και αποφάσισα να μην αναμειχθώ, δεδομένου ότι τα τελευταία 20 χρόνια οι […] στην περιοχή προμηθεύονται ζύθο από τον χονδρέμπορο […] και πληροφορήθηκα από τον […], ο οποίος τροφοδοτεί τις […] στο νομό […], ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν εκείνη που θα όριζε ποιος χονδρέμπορος θα κέρδιζε το διαγωνισμό για την προμήθεια των […]. Η επιλογή αυτή γίνεται ουσιαστικά με την παροχή μεγαλύτερης έκπτωσης στον χονδρέμπορο που επιλέγεται για το διαγωνισμό. Σημειώνω ότι η συνεργασία μίας επιχείρησης με τις […] είναι ιδιαίτερα κερδοφόρα, καθώς η διανομή γίνεται σε ένα μόνο σημείο […] και η πληρωμή γίνεται με μετρητά. Το ίδιο γίνεται και με τις […] και τα […]»*.

1180 Κατά τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1331], το Μάρτιο του 2013 η εταιρία προσέγγισε το […], ιδιοκτήτη πρατηρίου ποτών […], ο οποίος ανέφερε ότι κατά τη διάρκεια επίσκεψης που δέχθηκε από πωλητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με σκοπό την έναρξη συνεργασίας, οι υπάλληλοι της εταιρίας *«του είπαν ότι μπορούν να αλλάξουν την εμπορική πολιτική τους αν δουλέψουν μόνο Αθηναϊκή»*[1332].

1.1.4 Διακριτική πιστωτική μεταχείριση χονδρεμπόρων

1.1.4.1. Πλαίσιο πιστωτικής πολιτικής

1181 Στην παρούσα ενότητα εκτίθεται εν συνόψειτης η εφαρμοζόμενη πιστωτικής πολιτικής εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο χονδρεμπόριοκαι δη οι όροι καθορισμού του αριθμού των ημερών πληρωμής εκ μέρους του πελάτη αναφορικά με την τιμολογηθείσα αξία των αγορών του. Η πιστωτική πολιτική έχει μεγάλη σημασία στο πλαίσιο της εμπορικής συνεργασίας μεταξύ προμηθευτή και πελάτη. Το καθοριζόμενο περιθώριο πληρωμής επηρεάζει άμεσα τις ανάγκες σε ρευστότητα του πελάτη και κατ' επέκταση το κεφάλαιο κίνησης της επιχείρησης του, η επάρκεια του οποίου κρίνει και τις ανάγκες του σε δανεισμό. Με βάση τα ανωτέρω, το περιθώριο των ημερών που χορηγείται στον πελάτη για την πληρωμή της αξίας των αγορών του, καθώς και η ελαστικότητα ή αντίστοιχα η αυστηρότητα που η εταιρία – προμηθευτής επιδεικνύει στο πλαίσιο της τήρησης του εν λόγω περιθωρίου, επηρεάζει τους δείκτες χρηματοοικονομικής μόχλευσης της επιχείρησης του πελάτη (οι οποίοι μετρούν το βαθμό χρηματοδότησης της με ξένα κεφάλαια) και ως εκ τούτου αναδεικνύει την πιστωτική πολιτική ως σημαντική πτυχή της εμπορικής πολιτικής της πωλήτριας εταιρίας.

1182 Η πιστωτική πολιτική που εφαρμόζει από […] η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, […] και εξειδικεύεται ως εξής[1333]: […]

1183 Σύμφωνα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1334] ο λόγος για την ανωτέρω […]πιστωτική πολιτική οφείλεται στην προσπάθεια της εταιρίας « […]»[1335].

1184 Για το διάστημα των ετών που προηγήθηκαν της τρέχουσας πιστωτικής πολιτικής ([…][1336]), η Αθηναϊκή Ζυθοποιία όριζε […][1337]. Αναφορικά με την […], η ΑΖ[1338], σχετικά με την πιστωτική της πολιτική αναφέρει ότι *«η αρχή είναι ότι οι βασικοί όροι πληρωμής είναι […] για τους χονδρέμπορους.* […]. Αναφέρει επίσης ότι « […]» [1339].

[1331] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 υπόμνημα.
[1332] Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισυνάπτει το σχετικό Δελτίο Αναφοράς Περιστατικού της 19.03.2013 που υπογράφεται από το […] της εταιρίας, […].
[1333] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
[1334] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
[1335] Συμπληρωματικά η εταιρία αναφέρει: «[…]».
[1336] Βάσει των στοιχείων του φακέλου της υπόθεσης τα οποία παρατίθενται ακολούθως στην παρούσα ενότητα, η πιστωτική πολιτική […] φαίνεται να ίσχυε και για έτη […].
[1337] Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 και 1736/23.03.07 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς και τις απαντήσεις των στελεχών της σε ερωτηματολόγιο που υπεβλήθη στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α. στα γραφεία της εταιρίας την 21.07.2008.
[1338] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07 υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
[1339] Η αδυναμία αποπληρωμής λόγω προσωρινής οικονομικής δυσπραγίας ως λόγος ελαστικότητας σε σχέση με το χρονικό περιθώριο αποπληρωμής των οφειλόμενων τιμολογηθέντων ποσών αναφέρεται επίσης από ορισμένες

1185 Επίσης, όπως δήλωσαν σε απαντήσεις τους στην Ε.Α. το 2009 οι χονδρεμπορικές εταιρίες «[…]» και «[…]» με έδρα στη […], ζητούν κατά περίπτωση από την εταιρία τη χορήγηση μεγαλύτερου περιθωρίου πίστωσης. Η δεύτερη ως άνω χονδρεμπορική επιχείρηση προμηθεύεται σχεδόν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με μέση ποσοστιαία συμμετοχή της αξίας αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο συνολικό ποσό αγορών προϊόντων ζύθου της τάξεως του [95-100]% κατά την περίοδο των ετών 2004 – 2008, στην οποία αφορά και η δήλωσή της αναφορικά με την ελαστικότητα αποπληρωμής.

1186 Σε εσωτερικό σημείωμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με ημερομηνία 10.09.2004[1340] αποτυπώνεται ως κανόνας βάσης […], επιτρέπεται ωστόσο η παρέκκλιση από αυτόν, με έγκριση της Διεύθυνσης Πωλήσεων[1341]. Ειδικότερα, στο εν λόγω σημείωμα ορίζεται ότι […][1342] και επισημαίνεται ότι: […].

1187 Συναφώς, σε εσωτερικό έγγραφο συνημμένο σε ηλεκτρονικό μήνυμα της 11.03.2005 μεταξύ διευθυντικών στελεχών της εταιρίας με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής»[1343] αναφέρονται οι προτεινόμενοι πυλώνες της πιστωτικής πολιτικής σχετικά με: α) τις […][1344], β) τις […], γ) την […][1345] και δ) την […].

1188 Η πλειονότητα των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν σχετικά κατά τη διάρκεια της έρευνας της Ε.Α. αποδέχονται τις […] πίστωσης ως γενικό κανόνα. Ο […], αντιπρόεδρος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […], αναφέρει το 2007 ότι […]. Ωστόσο, ο […], εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]», δηλώνει το 2009, ότι *«[...] πίστωσης είναι κατά κανόνα* […]. *Δίνονται όμως και παρατάσεις […]».*

1.1.4.2 Αποκλίσεις από τη γενική πιστωτική πολιτική

1189 Με βάση την έρευνα της Ε.Α. ωστόσο, παρατηρήθηκαν σημαντικές αποκλίσεις από την πολιτική των […].

χονδρεμπορικές επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα: Ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας «[…]» με έδρα […], απαντώντας σε σχετικό ερώτημα που του υπεβλήθη στο πλαίσιο διεξαγωγής επιτόπιου ελέγχου κατά το 2007 υποδεικνύει ελαστικότητα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε περιπτώσεις ανάγκης: «[…]». Ο ίδιος, απαντώντας σε ερώτημα των στελεχών της Ε.Α. αναφορικά με το εάν έχει χορηγηθεί στην επιχείρησή του δάνειο ή/και τραπεζική εγγύηση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία διευκρίνισε: […]». Ομοίως, στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου κατά το 2007, ο […], εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης […] που δραστηριοποιείται στην ίδια περιοχή αναφέρει: […]». Επίσης, ο […], Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της χονδρεμπορικής επιχείρησης […] επισημαίνει το 2009 (απαντώντας σε ερώτημα της Ε.Α. υποβληθέν κατά τη διεξαγωγή επιτόπιου ελέγχου) ότι, […]. Στην περίπτωση της συγκεκριμένης εταιρίας η Αθηναϊκή Ζυθοποιία […]. Το ίδιο βεβαιώνει κατά το ίδιο έτος στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου και ο […], εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» με έδρα στο […], σύμφωνα με τα λεγόμενα του οποίου: […] .

[1340] Πρόκειται για το εσωτερικό σημείωμα με θέμα «Πλαίσιο οικονομικών συναλλαγών με πελάτες» το οποίο φέρει ημερομηνία 10.09.2004 και υπογράφεται από το Διευθυντή […].

[1341] Στο Εσωτερικό Σημείωμα αναφέρεται ως ημερομηνία έναρξης πλήρους εφαρμογής των μέτρων η […] και ως καταληκτική ημερομηνία πλήρους ενημέρωσης των πελατών η […].

[1342] Στο κείμενο αναφέρεται: *[...]».*

[1343] Το κείμενο της πρότασης είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της ΑΖ. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από το Διευθυντή […] αρμόδιο Διευθυντή […].

[1344] Σύμφωνα με το κείμενο της πρότασης «[…]».

[1345] Εντός του κειμένου της πιστωτικής πολιτικής, γίνεται αναφορά […].

1190 Η ίδια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποδέχεται την ύπαρξη κατηγοριών εξαιρέσεων από την πιστωτική πολιτική […] βάσει […]. Συγκεκριμένα, αναφορικά με περιπτώσεις παρεκκλίσεων από την πιστωτική πολιτική […] που εφάρμοζε μέχρι πρόσφατα στο πλαίσιο της συνεργασίας της με χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, δήλωσε[1346]: « […]. Η πίστωση δεν είναι εργαλείο εμπορικής πολιτικής».

1191 Συνεπώς, με βάση αξιόπιστα και συγκλίνοντα στοιχεία (μεταξύ των οποίων και σύγχρονα και προερχόμενα από την καθ΄ης έγγραφα), και κατά τα εκτιθέμενα στις ακόλουθες ενότητες, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί συστηματικά την πιστωτική πολιτική ως εργαλείο επιχειρηματικής στρατηγικής η οποία ανταμείβει τη σχέση αποκλειστικότητας ή την επίτευξη στόχων σε ό,τι αφορά την αγορά των προϊόντων της στη συνεργασία της με τους χονδρεμπόρους που προμηθεύονται τα δικά της προϊόντα ζύθου, ή αντιθέτως χρησιμοποιεί ως μέσο πίεσης σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που συνεργάζονται με ανταγωνιστές της τη μείωση της πίστωσης. Η πρακτική αυτή εισάγει διακριτική μεταχείριση όμοιων πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ανάλογα με το αν αυτοί έχουν ως αποκλειστικό προμηθευτή τους την καθ' ης. Στους χονδρεμπόρους που συναλλάσσονται αποκλειστικά με την καθ' ης επιφυλάσσεται συχνά ευνοϊκότερη μεταχείριση. Η χορήγηση διαφορετικών πιστώσεων από το δεσπόζοντα προμηθευτή οδηγεί, όπως είναι προφανές, σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα τους μη αποκλειστικούς / πιστούς χονδρεμπόρους – αντισυμβαλλόμενους της καθ' ης, αφού η μικρότερη πίστωση εμποδίζει τους τελευταίους να παράσχουν εξίσου ανταγωνιστικούς όρους στα τελικά σημεία, σε αντιδιαστολή με τους ευνοούμενους χονδρέμπορους οι οποίοι μπορούν να μετακυλήσουν την αυξημένη πίστωση στα τελικά σημεία που προμηθεύουν, επηρεάζεται δηλαδή και με τον τρόπο αυτό η επιλογή χονδρέμπορου – προμηθευτή εκ μέρους των πελατών – τελικών σημείων.

α) Αποκλίσεις στις ημέρες πίστωσης που συνδέονται με τη χρονική περίοδο και με την ανατίμηση των προϊόντων ζύθου ως κίνητρο αύξησης των αγορών – αποθεματοποίησης

-Μαρτυρίες χονδρεμπορικών επιχειρήσεων

1192 Όπως προκύπτει από τις δηλώσεις των ίδιων των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν σχετικά στο πλαίσιο της έρευνας της Ε.Α., η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιδεικνύει ελαστικότητα στην πιστωτική πολιτική και χορηγεί αυξημένες πιστώσεις ενόψει της θερινής σαιζόν. Οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν αναφέρουν συναφώς τα εξής:

1193 Ο […], εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […] αναφέρει το 2007: *« […] πίστωση έχει σ' εμένα. Σε […] πληρώνω. Το καλοκαίρι που έχει πολλή κίνηση μπορεί να μου δώσει πίστωση […] προκειμένου να πάρω περισσότερο εμπόρευμα».*

i) Ο [...], ιδιοκτήτης της εταιρίας «[...]» στην περιοχή [...] βεβαιώνει το ίδιο έτος ότι οι [...] πίστωσης είναι [...], ενώ συμπληρώνει: *«[τ]ην άνοιξη η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διπλασιάζει* [...] *πίστωσης λόγω του ότι η αγορά έχει ανάγκη από stock λόγω έναρξης θερινής σαιζόν».*

ii) Ο [...], Διευθύνων Σύμβουλος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[...]» στην περιοχή [...] αναφέρει επίσης το 2007: *«* [...] *πίστωσης είναι* [...]. *Παρατάσεις δίνονται όταν υπάρξει ανάγκη στο πλαίσιο του […]*

[1346] Με βάση απαντήσεις που δόθηκαν στις 21.07.2008 από τον […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α.

Κατά καιρούς γίνονται προσφορές εν είδει πίστωσης (π.χ. οι αγορές [...] *με* [...] *πίστωσης, όχι* [...] *όπως συνηθίζεται, αλλά* [...]*».*

iii) Η χονδρεμπορική επιχείρηση « [...]» με έδρα [...] επισημαίνει το 2009: *«[σ]τη θερινή περίοδο αλλά και σε περιόδους ανατίμησης υπάρχει δυνατότητα να ζητήσουμε και να πάρουμε παράταση της αποπληρωμής των τιμολογίων».*

iv) Η εταιρία « [...]» στ[...] κατά το ίδιο έτος δηλώνει ως περιόδους εξαίρεσης στο γενικό κανόνα των [...] πίστωσης τις αντίστοιχες των ανατιμήσεων καθώς και των εαρινών και καλοκαιρινών εκπτώσεων.

v) Σύμφωνα με την επιχείρηση « [...]», δραστηριοποιούμενη [...]: *«[δ]ύο φορές το χρόνο και συγκεκριμένα την περίοδο που η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει ανατίμηση των προϊόντων της και κατά την έναρξη της θερινής περιόδου, λαμβάνουμε παράταση πληρωμής* [...]*»* (δήλωση της εταιρίας κατά το 2009).

vi) Η εταιρία « [...]» με έδρα [...] δηλώνει το 2009: *«* [...] *πίστωσης όπου μου παρείχε και μου παρέχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι* [...] *και μόνο στις αρχές κάθε έτους,* [...]*, όπου συμπίπτει κάθε* [...] *να γίνεται και ανατίμηση εις την τιμή πώλησης της μπίρας, αγοράζω εμπόρευμα για να στοκάρω περίπου* [...] *Ευρώ και μου δίδεται περιθώριο να πληρώσω με* [...]*».*

vii) Στην περίπτωση της εταιρίας «[...]» στις [...], οι [...] πίστωσης αυξάνονται σε περιόδους ανατίμησης ή καλοκαιρινής περιόδου (με βάση δήλωση της εταιρίας κατά το 2009).

viii) Η χονδρεμπορική επιχείρηση « [...]» με έδρα σ[...] διευκρινίζει το 2009: *«[δ]ύο φορές το χρόνο, συνήθως προ ανατίμησης και πριν την έναρξη της θερινής περιόδου, υπάρχει μία παράταση του χρόνου λήξης των επιταγών μας εξαιτίας του όγκου των παραγγελιών και της προσπάθειας που γίνεται από την πλευρά μας να κερδίσουμε κάποι*[...] *ακόμα* [...]*αποπληρωμής».*

ix) Η εταιρία « [...]» με έδρα [...] αναφέρει κατά το ίδιο έτος: *«[μ]ετά από πιέσεις δικές μας, προσπαθούμε να πάρουμε μεγαλύτερη πίστωση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ΑΕ (δύο φορές το χρόνο). Αυτό γίνεται από μέρους μας λόγω των ανατιμήσεων και των καλοκαιρινών απαιτήσεων».*

x) Στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης, « [...]» δραστηριοποιούμενης [...], η εταιρία δηλώνει το 2009 ότι λαμβάνει μεγαλύτερο περιθώριο πίστωσης κατά την εαρινή περίοδο και συγκεκριμένα αναφέρει: *«[τ]ον* [...] *μήνα* [...]*».*

xi) Παρομοίως, το 2009, η επιχείρηση « [...]» με έδρα [...], διευκρινίζει ότι δίνεται περιθώριο πληρωμής [...] *«συνήθως, ή στην αρχή της σαιζόν της μπίρας, ή όταν η εταιρία έχει να διακινήσει μεγάλες ποσότητες».*

xii) Ο [...] ως εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης « [...]» με έδρα [...]επισημαίνει το 2012: *«[τ]ο* [...] *κάθε έτους η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας χορηγούσε μεγαλύτερη πίστωση έως και* [...] *κατά μέσο όρο. Με αυτόν τον τρόπο μας βοηθούσε στο άνοιγμα της αγοράς (ένα κομμάτι της αγοράς ανοίγει το* [...] *και το υπόλοιπο* [...]*). Δεν εκμεταλλευόμασταν όμως (ακόμη και τώρα) την πίστωση αυτή για να καλύψουμε ανάγκες μεγαλύτερες της περιόδου. Η μεγαλύτερη πίστωση κατ' ουσίαν βοηθούσε γιατί ήταν μεγαλύτερα τα ποσά αποπληρωμής και μας βοηθούσε και εμάς έναντι των πελατών μας»*[1347].

xiii) Επιπλέον, το 2012, η [...] ([...]επιχείρηση με την επωνυμία « [...]») με έδρα επίσης στο [...] δηλώνει ότι η εν λόγω εταιρία ζύθου παρέχει ευνοϊκότερους όρους πίστωσης κατά την αρχή της περιόδου αυξημένης κατανάλωσης μπίρας. Συγκεκριμένα, η επιχείρηση επισημαίνει: *«[η] διάρκεια της πίστωσης παραμένει σταθερή κατά τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, αν γίνει από μέρους μας μία μεγάλη παραγγελία στην αρχή της*

[1347] Σύμφωνα με επιπλέον διευκρίνιση που δόθηκε από τον επιχειρηματία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν χορηγεί *«καλύτερες εκπτώσεις ενόψει της έναρξης της σαιζόν».*

σαιζόν, μας παρέχουν μεγαλύτερη πίστωση […] Πίστωση μεγαλύτερη λαμβάνω όταν κάνω μεγαλύτερη παραγγελία, συνήθως αυτό είναι το [...] *Στην πράξη, δεν αγοράζω από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία μέχρι εξαντλήσεως της δυναμικότητας της αποθήκης. Αγοράζω ανάλογα με τις δυνατότητες μου (τι μπορώ να αγοράσω, να πουλήσω και να εισπράξω)».*

1194 Αντίθετα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν χορηγεί μεγαλύτερη πίστωση σε περιόδους αυξημένης ζήτησης των προϊόντων ζύθου λόγω εποχικότητας στην επιχείρηση « […]». Μάλιστα, κατά τα λεγόμενα του Αντιπροέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου της εταιρίας, […]το 2009: *«[τ]έτοιου είδους πίστωση παίρνουμε από σχεδόν όλες τις άλλες εταιρίες οι οποίες είναι μικρότερες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και με αυτές έχουμε μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ».* Επισημαίνεται ότι η επιχείρηση αυτή κατέχει σημαντική θέση μεταξύ των αντίστοιχων πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αξία αγορών από την ίδια προϊόντων ζύθου, αν και κατά δήλωσή της, κατέχει μερίδιο ίσο με [75-85]% επί των συνολικών πωλήσεών της σε προϊόντα ζύθου της ΑΖ.

1195 Ο […], εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής εταιρίας « […]» με έδρα […], η οποία διακινεί αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αναφέρει ότι η ΑΖ αποκλίνει από το γενικό κανόνα των […] πίστωσης από καιρού εις καιρόν, και παρατείνει την πίστωση εν είδει προωθητικής ενέργειας. Ο ίδιος επισημαίνει επίσης ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακολουθεί την ίδια πιστωτική πολιτική σε όλους τους πελάτες της. Πιο συγκεκριμένα, ο εκπρόσωπος της επιχείρησης αναφέρει το 2007 ότι οι […] πίστωσης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι […], ενώ συμπληρώνει: *«[κ]ατά καιρούς γίνονται κάποιες προωθητικές ενέργειες π.χ. για μία περίοδο συγκεκριμένη η πίστωση ξεπερνάει* […]*και φθάνει τους* […]. *Τα προγράμματα αυτά είναι στην ευχέρεια του πωλητή να τα δώσει στους χονδρεμπόρους».*

- Στοιχεία από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία

1196 Η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε πελάτη της εταιρίας τους μήνες πριν την έναρξη της καλοκαιρινής σαιζόν για την εξυπηρέτηση αλλά και την ανάπτυξη του πελατολογίου προβάλλεται σε εσωτερικό σημείωμα μεταξύ των υπαλλήλων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας1348 στο οποίο ζητείται να εγκριθεί αίτημα για επέκταση του χρονικού περιθωρίου πίστωσης σε επιχείρηση - πελάτη της εταιρίας έως και […], με σκοπό την «εξυπηρέτηση του πελατολογίου της αλλά και ανάπτυξη αυτού κατά την πασχαλινή περίοδο και την έναρξη της σαιζόν στην τουριστική περιοχή […]». Ως επιχείρημα για την αποδοχή του συγκεκριμένου αιτήματος προβάλλεται η «σημαντική» συμβολή του πελάτη στην ανάπτυξη των προϊόντων της εταιρίας στο πελατολόγιό του, τόσο σε όγκο όσο και σε γκάμα.

1197 Επίσης, από ηλεκτρονικά μηνύματα και αρχεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1349] προκύπτει σαφώς η χορήγηση […] πίστωσης σε αγορές πελατών κατά την περίοδο των μηνών […], δηλαδή την περίοδο της

[1348] Εσωτερικό σημείωμα συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που αποστέλλεται από τον υπάλληλο της ΑΖ […] την 14.04.06. Το μήνυμα εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το αίτημα αφορά στον πελάτη «[…]».

[1349] Τα εν λόγω στοιχεία απαρτίζονται από: α) συνημμένο έγγραφο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, που έστειλε ο προϊστάμενος […] στο διευθυντή […] και προϊστάμενό του […] κατά την 21.03.2006 με θέμα: «[…]» (το μήνυμα εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας) και β) από ηλεκτρονικά αρχεία που εντοπίστηκαν στο πλαίσιο του ίδιου ελέγχου και αναφέρονται στην πλειονότητά τους στο έτος 2004 τα οποία είναι αποθηκευμένα με τις ακόλουθες ονομασίες: […].

αναμενόμενης αυξημένης προμήθειας εκ μέρους τους προκειμένου να ανταποκριθούν στις εποχικές συνθήκες ζήτησης της μπίρας. Στα ανωτέρω έγγραφα καταγράφεται ο μηνιαίος όγκος αγορών του πελάτη και το εύρος του (ευνοϊκότερου) περιθωρίου πίστωσης (που υπερβαίνει εν προκειμένω την πολιτική των […] - ήτοι […]) το οποίο χορηγείται για αγορές κατά τους μήνες που προηγούνται της θερινής περιόδου.

Διαφοροποιημένη μεταχείριση επιδεικνύει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και σε περιόδους που ακολουθούν την ανακοίνωση ανατίμησης στα προϊόντα που προμηθεύει, πέραν της διαφορετικής αντιμετώπισης στην αποπληρωμή που επιδεικνύεται με την εποχική αύξηση του περιθωρίου πίστωσης.

1198 Επιπλέον των ανωτέρων περιπτώσεων, η εταιρία « […]» με έδρα στο […] βεβαιώνει το 2009 τη χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε περιόδους ανατίμησης, ενώ αντίστοιχα η χονδρεμπορική επιχείρηση « […]» δηλώνει: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία κάνει ανατίμηση συνήθως το* […]. *Εκείνη την περίοδο δίνεται μεγαλύτερη πίστωση* […] *ενόψει και του ανοίγματος της σαιζόν. Δεν δίνεται καλύτερη έκπτωση από την καθορισμένη μέσα στο έτος»*. Επιπλέον, η […], η οποία διατηρεί […] επιχείρηση […], αναφέρει το 2007 σχετικά: *«οι ανταγωνιστές χονδρέμποροι προμηθεύονταν μεγάλες ποσότητες εμπορευμάτων με την παλαιά τιμή. Με τις ποσότητες αυτές, εκείνοι εξυπηρετούσαν τους πελάτες τους για* […] *περίπου»*. Ωστόσο, στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» με σημαντικό όγκο αγορών από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ο Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλός της αναφέρει ότι, σε περιόδους ανατίμησης, η χορηγούμενη πίστωση αυξάνεται κατά […], και ότι η εν λόγω επέκταση του περιθωρίου αποπληρωμής ουσιαστικά οδηγεί σε τελικό διάστημα πίστωσης ίσο με […] εάν ληφθεί υπόψη ο μεγαλύτερος όγκος της παραγγελίας εν όψει της ανατίμησης και η μη διάθεση του προϊόντος στο ενδιάμεσο διάστημα. Περαιτέρω, ο επιχειρηματίας συμπλήρωσε χαρακτηριστικά: *«[σ]ε φάση ανατίμησης δεν μας επηρεάζει η αύξηση της πίστωσης από τις άλλες εταιρίες λόγω της μικρής ζήτησης που έχουν»*.

1199 Η επέκταση του περιθωρίου πληρωμής ενόψει επικείμενης ανατίμησης ενισχύεται και από τα ακόλουθα, ενδεικτικά, ευρήματα που προέκυψαν από την εξέταση των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1350]:

i) Ηλεκτρονικό αρχείο το οποίο φέρει τίτλο « [...]» και περιλαμβάνει λίστα με κατανομή των κιβωτίων πώλησης για συγκεκριμένους πελάτες της εταιρίας στο Νομό Μαγνησίας με βάση το περιθώριο πίστωσης το οποίο κυμαίνεται από [...] έως [...][1351].

ii) Δύο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Διεύθυνσης Πωλήσεων, με ημερομηνίες αποστολής 04.02.2005 και 08.02.2006, στα οποία διακρίνεται ο υπολογισμός των ποσοτήτων μπίρας που θα διατεθούν με κανονική πίστωση και των αντίστοιχων με μεγαλύτερο περιθώριο πίστωσης [...] εν όψει επικείμενης ανατίμησης[1352].

[1350] Ηλεκτρονικά αρχεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1351] Το αρχείο είναι αποθηκευμένο με την ονομασία «[…]».

[1352] Πρόκειται για τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που έστειλε σε λοιπά στελέχη της καθ’ ης ο Δ/ντής […] κατά την 04.02.2005 με θέμα «[…]» και κατά την 08.02.2006 με θέμα «[…]». Στο πρώτο εξ αυτών η κατανομή της πίστωσης αφορά στη Διεύθυνση Πωλήσεων Β. Ελλάδος. […]»

iii) Ηλεκτρονικό αρχείο με ονομασία αποθήκευσης « [...]» στο οποίο όπως και ανωτέρω περιλαμβάνονται λίστες με πελάτες της εταιρίας στους Νομούς [...] στους οποίους φαίνεται να κατανέμονται κιβώτια πώλησης με πίστωση [...].

iv) Ηλεκτρονικό μήνυμα μεταξύ στελεχών της εταιρίας, ημερομηνίας 21.03.2006[1353], στο οποίο επισυνάπτεται λίστα που παρουσιάζει την κατάσταση κατανομής πιστώσεων λόγω ανατίμησης στους [...] πελάτες της Διεύθυνσης Βορείου Ελλάδος. Στη συγκεκριμένη λίστα, όπως και στην ανωτέρω περίπτωση, καθορίζεται ο τρόπος κατανομής της πίστωσης στους πελάτες ορίζοντας εύρος […] αποπληρωμής από [...] για συγκεκριμένο αριθμό κιβωτίων[1354].

1200 Στο εν συνεχεία παρατιθέμενο σχετικό εσωτερικό έγγραφο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καταγράφονται τα πρακτικά συνάντησης υπαλλήλων της […] της εταιρίας με ημερομηνία 07.03.2005[1355] με θέμα το χειρισμό των πιστώσεων και της τιμολόγησης σε περιόδους ανατίμησης των προϊόντων:

ΘΕΜΑ: ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ

ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

ΜΕΘΟΔΟΣ
[…].

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ
[…].

ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ

[…].

ΤΙ ΠΡΟΤΕΙΝΕΤΑΙ

[…]

1201 Από το ανωτέρω έγγραφο προκύπτει ότι η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε περιόδους ανατίμησης οδηγεί στην «επίτευξη του επιθυμητού στόχου κιβωτίων» ο οποίος μάλιστα προκύπτει από τη χορήγηση πίστωσης στα πωληθέντα κιβώτια πέραν της «κανονικής ροής» μέχρι να επιτευχθεί το «επιθυμητό

[1353] Το μήνυμα αποστέλλεται από τον Δ/ντή […] προς τον προϊστάμενό του […] και έχει θέμα «[…]».

[1354] Σημειώνεται ότι από τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων προέκυψε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) προγενέστερο του ανωτέρω (με ημερομηνία 16.03.2006) το οποίο αναφέρει το αντίστοιχο αίτημα εκ μέρους του […] και αποστολέα, […] προκειμένου να καταρτιστεί η συγκεκριμένη λίστα. Το αίτημα συγκεκριμένα αναφέρει: «[…]».

[1355] Έγγραφο που λήφθηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη. Σύμφωνα με το περιεχόμενο του σημειώματος, συμμετέχοντες στη συνάντηση ήταν οι: […]. Σημειώνεται ότι εκ των συμμετεχόντων στη συνάντηση ο […] κατείχε τη θέση του προϊστάμενου του τμήματος […] και ο […] αντίστοιχη θέση […].

νούμερο» πωλήσεων· άρα προκύπτει η επιδίωξη επαύξησης της πίστης των πελατών με μέσο -εδώ- την επέκταση της πίστωσης, ενώ προτείνεται εναλλακτικός, ισοδύναμος, χειρισμός ο οποίος δεν θα παρουσιάζει τις αρνητικές συνέπειες στις οποίες αναφέρονται τα στελέχη της καθ' ης αλλά θα έχει και πάλι, ως άξονες, μεταξύ άλλων, την εποχικότητα της ανατίμησης και τη δυνατότητα αποθήκευσης.

1202 Από το ως άνω έγγραφο της 07.03.2005 προκύπτει, εξάλλου, ότι προτείνεται ([…]) ότι οι πιστώσεις θα φθάνουν μέχρι « […]», δηλαδή αρκεί ο χονδρέμπορος να παραγγείλει τον επιθυμητό αριθμό προϊόντων της καθ' ης, ο οποίος μπορεί να εξαντλεί τα περιθώρια του κεφαλαίου κίνησης που διαθέτει ή ακόμη και να υπερβαίνει τη δυναμικότητα της αποθήκης του· […]. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται το αποτέλεσμα συσσωρευμένων αγορών εκ μέρους των χονδρεμπόρων σε περιόδους πριν από την έλευση της θερινής σαιζόν, σε χρόνους δηλαδή που η αποθεματοποίηση εκ μέρους του πελάτη, ως προς την οποία δίνεται το κίνητρο από την καθ' ης, θα έχει το μεγαλύτερο αντίκτυπο αποκλεισμού στους ανταγωνιστές προμηθευτές. Αναφέρονται δε ρητά ως παράμετροι της εν λόγω προτεινόμενης πολιτικής, όπως προεκτέθηκε, […].

1203 Αντιστοίχως, στο από 11.03.2005 έγγραφο της εταιρίας με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής»[1356] περιέχονται μεταξύ άλλων προτάσεις επί του πλαισίου χορήγησης ειδικών πιστωτικών παροχών της εταιρίας, σε περιόδους π.χ. ανατιμήσεων ή εποχιακών αναγκών πελατών. Και βάσει αυτού του στοιχείου, το οποίο συγκλίνει με τις υπόλοιπες μαρτυρίες, στοιχεία και αναλύσεις που εκτίθενται στην παρούσα ενότητα, συνδέεται η χορήγηση αυξημένων πιστώσεων ([…]) όχι με γραμμικά κριτήρια ποσοτήτων αλλά με την εποχική συγκυρία και με την ανατίμηση, […] γεγονός που οδηγεί στην αύξηση των αγοραζόμενων από την καθ' ης ποσοτήτων κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών, και μάλιστα σε κρίσιμες για την αγορά περιόδους και περιοχές. Στο εν λόγω έγγραφο, το ύψος της ποσού της πίστωσης προτείνεται να […]. Συγκεκριμένα αναφέρεται:
« [...]:

1204 […]
Α) Πιστώσεις Ανατίμησης
[...]
Β) Πιστώσεις Εποχιακών Αναγκών
[...]
Α) Πιστώσεις Ανατίμησης
[...]
Β) Πιστώσεις Εποχιακών Αναγκών
[...]».

Άλλα στοιχεία σχετικά με αποκλίσεις και κίνητρα με σκοπό τη δημιουργία υψηλών αποθεμάτων ή την κάλυψη της δυναμικότητας των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων με προϊόντα της καθ' ης

[1356] Το κείμενο της πρότασης είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από τον […] στον […].

(αποθεματοποίηση)

1205 Συμπληρωματικά με τα ανωτέρω, σύμφωνα με αναφορές χονδρεμπορικών επιχειρήσεων και ανταγωνιστριών εταιριών παραγωγής και εισαγωγής ζύθου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί την πρακτική της χορήγησης μεγαλύτερης πίστωσης ενόψει της ανατίμησης ή της έναρξης της θερινής σαιζόν ως μοχλό πίεσης έναντι των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων – πελατών, προκειμένου να καταλάβει το διαθέσιμο χώρο κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, επιδιώκοντας να επωφεληθούν από τους ευνοϊκότερους όρους πίστωσης, προμηθεύονται όσο το δυνατόν μεγαλύτερες ποσότητες προϊόντων ζύθου από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι εν λόγω επιχειρήσεις να καλύπτουν τις ανάγκες τους σε προϊόντα ζύθου από την καθ' ης, μειώνοντας ή και αφήνοντας κατά συνέπεια μικρά ή καθόλου περιθώρια αγορών σε ανταγωνιστικά σήματα, δεδομένου και του πεπερασμένου χώρου που διατηρούν για προϊόντα ζύθου.

1206 Το 2012 ο […] της […] αναφερόμενος στις δυσκολίες που συναντά η […] στην επιχειρηματική της δραστηριότητα από ανταγωνίστριες επιχειρήσεις, υπογράμμισε τη χρήση για σκοπούς αποθεματοποίησης της καλύτερης πίστωσης που χορηγεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε εποχιακή βάση. Πιο αναλυτικά, ανέφερε ότι: *«[μ]ία από τις πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι η πλήρης κάλυψη των χώρων αποθηκών (στοκάρισμα) των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων με αντάλλαγμα προνομιακή πίστωση με αποτέλεσμα να μην υπάρχει χώρος για ανταγωνιστικά προϊόντα. Αυτό λαμβάνει χώρα πριν την έναρξη της σαιζόν (*[…]*). Σε αυτό το διάστημα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δίνει πολύ καλύτερη πίστωση»*. Ο […] μάλιστα αναφέρει ότι η ως άνω διευκόλυνση δεν παρέχεται κατόπιν αιτήματος του πελάτη, αλλά επιβάλλεται κατά κανόνα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία: *«[τ]ις περισσότερες φορές αυτό είναι καταναγκαστικό για τον πελάτη ο οποίος δεν μπορεί να μην το δεχθεί. Κατ' ουσίαν ορίζεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με βάση τη δυναμικότητα του πελάτη ένα μίνιμουμ όγκου πωλήσεών της στον πελάτη. Οι πελάτες είναι "δεμένοι" στη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω προσημειώσεων στις οποίες έχει προβεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία»*.

1207 Παρομοίως, κατά την άποψη της έτερης ανταγωνίστριας της καθ' ης, Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης[1357]: «Η ΑΖ χρησιμοποιεί το ντάμπινγκ αποθεμάτων ή τη δημιουργία "αποθήκης" για να εξασφαλίσει την αποκλειστικότητα: η ΑΖ "αδειάζει" μεγάλα αποθέματα μπίρας στις αποθήκες των χονδρεμπόρων, τα οποία δεν σχετίζονται με τον πραγματικό όγκο της παραγγελίας που γίνεται από τον χονδρέμπορο ώστε να αποφύγει τον εφοδιασμό με ανταγωνιστικά προϊόντα». Μάλιστα, όπως δηλώνει ο […] της εταιρίας[1358], […] *«[κ]άθε έτος αρχές της σεζόν, η προσφιλής τακτική φορτώσεων της ΑΖ ήταν και παραμένει η υπερφόρτωση των αποθηκών, των εμπόρων με προϊόντα της: Χρησιμοποιεί την ανατίμηση των προϊόντων της, δηλώνοντας, μελλοντική αύξηση των τιμών της τάξης* […] *περίπου. Στο χρονικό διάστημα, από την ημερομηνία ανακοίνωσης της αύξησης μέχρι την ημερομηνία εφαρμογής, παροτρύνει τούς εμπόρους υποδεικνύοντας τους, συγκεκριμένες ποσότητες, (ανάλογα με την αποθηκευτική ικανότητα του καθενός) να προμηθευτούν (με τις παλιές τιμές) και τρόπο πληρωμής με επιταγή μεταχρονολογημένη, λήξης* […] *ή και* […]. *Το αποτέλεσμα αυτής της κίνησης είναι: Α) Ο αποκλεισμός της*

[1357] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 1ο συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.
[1358] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 2ο συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

τοποθέτησης άλλων προϊόντων λόγω έλλειψης χώρου (σε επισκέψεις μας μας λέγανε: που να τα βάλω δεν βλέπεις τι γίνεται; Τίποτε δεν χωράει.) Β) Τα προϊόντα αυτά για να πωληθούν χρειάζεται μεγάλο χρονικό διάστημα Γ) Η ψυχολογική πίεση του εμπόρου για ρευστοποίηση των προϊόντων. Δ) Η αναγκαιότητα της άμεσης πώλησης πριν την ημερομηνία λήξης τους (στην επιμονή μας να πάρει και από εμάς λέγανε: περίμενε να πουλήσω αυτά, να τα κάνω χρήμα για να τα πληρώσω, οι μέρες περνάνε και οι επιταγές πρέπει να πληρωθούν, άσε που φοβάμαι μη μου λήξουν στην αποθήκη και πάθουμε και ζημιά, ξέρεις επιστροφές δεν παίρνουν)».

1208 Επίσης, ο […][1359], υποστηρίζει σε ένορκη κατάθεσή του στην Ε.Α. το 2007 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παρέχει μεγάλο περιθώριο πίστωσης για τις αγορές που λαμβάνουν χώρα στις αρχές του έτους προσπαθώντας να δεσμεύσει τους πελάτες εκμεταλλευόμενη την εποχικότητα του προϊόντος. Ειδικότερα, επισημαίνει: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί ως εργαλείο πώλησης στους χονδρέμπορους την πίστωση στην αρχή του χρόνου (άρα σε νεκρή περίοδο μπίρας), δίνοντας μεγάλες ποσότητες που πολλές φορές καλύπτουν πάνω από το* […] *της συνολικής ποσότητας του χρόνου και πιστώνοντάς τους από* […]. *Με αυτόν τον τρόπο, ελέγχει απόλυτα την τελική κατανάλωση, αποκλείοντας όλους τους υπόλοιπους προμηθευτές από τους συγκεκριμένους χονδρέμπορους. Αυτό συμβαίνει εκ των πραγμάτων, καθώς οι χονδρέμποροι αυτοί, έχοντας γεμάτες τις αποθήκες τους, δεν μπορούν να δεχτούν να αγοράσουν άλλη μπύρα»*[1360].

β) Αποκλίσεις από την πιστωτική πολιτική ως μορφή κινήτρου για την επίτευξη συγκεκριμένων στόχων

1209 Όπως προέκυψε από δηλώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων σε στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο της έρευνας που πραγματοποίησε η τελευταία, η ελαστικότητα εφαρμογής της πιστωτικής πολιτικής εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μπορεί να οφείλεται και σε λόγους διευκόλυνσης ή ανταμοιβής του πελάτη για την επίτευξη στόχων σχετιζόμενων με τον όγκο αγορών της σε προϊόντα της καθ' ης.

1210 Ειδικότερα, ο […], εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]», η οποία δραστηριοποιείται στην περιοχή […] και είχε άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τα έτη 1994-2002, σε ένορκη κατάθεσή του το 2006 αναφέρεται στην πρακτική χορήγησης μεγαλύτερης πίστωσης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ως αντάλλαγμα για την επίτευξη στόχων πωλήσεων. Πιο συγκεκριμένα επισημαίνει: *«[τ]ο δεύτερο χρόνο* [ΣτΣ: ενν. της συνεργασίας του με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία] *η Αθηναϊκή έθεσε στόχο ποσότητας [...], με αντάλλαγμα καλύτερες παροχές, καλύτερη πίστωση και καλύτερη υποστήριξη στην αγορά»*. Ο μάρτυρας, επεξηγώντας τους καλύτερους όρους πίστωσης, επισημαίνει: *«[η] πάγια πίστωση που δίνει η Αθηναϊκή στους χονδρεμπόρους είναι* […]. *Η διακύμανση της πίστωσης εξαρτάτο από την επίτευξη της στοχοθέτησης και την αποκλειστική προμήθεια των*

[1359] Ο […].

[1360] Στο ίδιο πλαίσιο κινείται και η δήλωση του […] (ιδιοκτήτη της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» δραστηριοποιούμενης στην Αττική) ο οποίος, ήδη από το 2001 αναφέρει: *«[τ]ο πάγιο καθεστώς είναι* […]. *Για κάποιους λόγους, είτε συμφέροντος της εταιρίας, είτε των συναδέλφων, βγαίνουν κάποιες πιστώσεις με μεγαλύτερη χρονολογία στην επιταγή. Αυτό κάποιες στιγμές, χωρίς να υπάρχει απόλυτα η πρόθεση της εταιρίας, μπορεί να προκύψει σαν μοχλός πίεσης γιατί αφορά μεγάλο αριθμό κιβωτίων και το ποσό της επιταγής είναι αρκετά μεγάλο σε σχέση με την κανονική ροή πωλήσεων και αγορών»*.

προϊόντων. Όταν αποδεχόμουν τους όρους της συμφωνίας που μου έθεταν, η πίστωση γινόταν […]*»*.

1211 Επιπλέον, ο […] εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» στ[…], επιβεβαιώνει το 2007 ότι η πιστωτική πολιτική ορίζει […] περιθώριο αποπληρωμής, ενώ γίνεται πιο ελαστική προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει θέσει η δεσπόζουσα εταιρία ζύθου. Σύμφωνα με τα λεγόμενα του μάρτυρα: *«* […]*. Όταν δεν επιτυγχάνονται οι στόχοι της εταιρίας, δίνονται παρατάσεις έως και* […]*»*.

1212 Παρόμοια είναι και η δήλωση το 2007 του […], Προέδρου και Διευθύνοντος Συμβούλου της επιχείρησης « […]» με έδρα […], ο οποίος αφού βεβαιώνει τη γενική πολιτική των […] πίστωσης, σημειώνει *«[μ]έσα* ***στο πλαίσιο προωθητικών ενεργειών και επίτευξης στόχων****, κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες, δίνεται μία παράταση* […]*»*.

1213 Πέρα από τις ανωτέρω αναφορές των εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, το 2012, ο […] της […] εντοπίζει μεταξύ των δυσκολιών που η εταιρία του αντιμετωπίζει λόγω πρακτικών ανταγωνιστριών εταιριών το γεγονός ότι *«η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δίνει κίνητρα σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις παρέχοντάς τους δάνεια με τη μορφή μακροχρόνιας πίστωσης ή παρέχοντάς τους πάγιο εξοπλισμό π.χ. κλαρκ»*.

γ) Άλλες περιπτώσεις αποκλίσεων ως ανταμοιβή για την επιβολή αποκλειστικότητας

1214 Πέρα από τους ανωτέρω λόγους παρέκκλισης από το γενικό κανόνα των […] πίστωσης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία φαίνεται να χρησιμοποιεί σε κάποιες περιπτώσεις την πιστωτική πολιτική ως εργαλείο επιχειρηματικής στρατηγικής η οποία ανταμείβει τη σχέση αποκλειστικότητας στη συνεργασία της με τους χονδρεμπόρους που προμηθεύονται από αυτήν προϊόντα ζύθου.

1215 Πιο συγκεκριμένα, ο […] εκ μέρους της επιχείρησης « […]», δραστηριοποιούμενης […], χωρίς σχέση αποκλειστικής συνεργασίας με την καθ' ης ως προς τα προϊόντα ζύθου, δήλωσε κατά τη διάρκεια ένορκης κατάθεσής του το 2006: *«[α]πό όσο γνωρίζω, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν χορηγούσε τις ίδιες πιστώσεις σε όλους τους χονδρεμπόρους. Στους χονδρεμπόρους που συνεργαζόντουσαν αποκλειστικά μαζί της ή σχεδόν αποκλειστικά χορηγούσε μεγαλύτερες πιστώσεις. Η πολιτική αυτή της χορήγησης διαφορετικών πιστώσεων μου προξενούσε μεγάλη ζημιά, κυρίως κατά την έναρξη της θερινής σαιζόν: όταν εγώ είχα πίστωση* […] *από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, ήμουν υποχρεωμένος και εγώ με τη σειρά μου να πουλάω τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα τελικά σημεία πώλησης με πίστωση πολύ μικρότερη των* […] *, συνήθως* […]*. Ο αποκλειστικός χονδρέμπορος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που είχε πίστωση π.χ.* […] *από αυτή, μπορούσε να πουλάει στα τελικά σημεία πώλησης με πολύ μεγαλύτερη πίστωση από ότι εγώ. Έτσι αυτός μπορούσε να "κλείσει" συνεργασία με μαγαζιά που μόλις άνοιγαν κατά τη θερινή σαιζόν, ενώ εγώ όχι, λόγω της μικρότερης πίστωσης που μπορούσα να χορηγήσω»*[1361].

1216 Η χονδρεμπορική επιχείρηση « […]»[1362] με έδρα […], η οποία κατά τα έτη 2001-2010 διακινούσε

[1361] Και ο […] της εταιρίας «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […], σε ένορκη κατάθεσή του το 2006, αναφέρεται στη διαφοροποίηση της πιστωτικής πολιτικής με βάση την παράμετρο της αποκλειστικότητας επισημαίνοντας: *«[η] πίστωση είναι* […]*. Ορισμένες φορές, εν' όψει της καλοκαιρινής περιόδου, η πίστωση ήταν μεγαλύτερη και έφτανε* […]*. Αυτό δεν συμβαίνει σε όλους τους πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Εξ όσων γνωρίζω, οι πελάτες που λάμβαναν την παροχή αυτή, διακινούσαν αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*.

[1362] […] επιχείρηση «[…]» η οποία από το 2001 έως το 2012, περίοδο για την οποία ερωτήθηκε σχετικά, καλύπτει, όπως

αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1363], είχε περιθώριο πίστωσης μεγαλύτερο των […] και ίσο με […]. Συγκεκριμένα, η εταιρία επισημαίνει: *«[α]πό το 2005 έως το 2011 για τα προϊόντα ζύθου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας χορηγούσε πίστωση* […]*, μπορεί και παραπάνω, ανάλογα με την ποσότητα των κιβωτίων (ή* […]*) […] δεν υπήρξαν περιπτώσεις παράτασης, μείωσης ή διακοπής των συμφωνηθεισών […]αποπληρωμής»*. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι σύμφωνα με την εν λόγω επιχείρηση *«[α]πό το 2012 είναι, πλέον, η πίστωση* […] *για τα προϊόντα μπίρας* […]», ενώ σύμφωνα με τη δηλωθείσα εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας πιστωτική πολιτική, από το […].

1217 Αντιστρόφως, στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» δραστηριοποιούμενης […], η οποία αφενός αγοράζει σημαντικό όγκο προϊόντων ζύθου από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αφετέρου διακινεί τα εμπορικά σήματα της τελευταίας σε ποσοστό της τάξεως του [75-85]% περίπου, η επιχείρηση έχει περιθώριο πίστωσης […][1364], κοντά στο όριο δηλαδή της γενικής πιστωτικής πολιτικής των […]. Η χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» η οποία κατά τα έτη 2008-2011 προμηθευόταν σε ποσοστό [75-85]%-[95-100]% προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1365] δεν αναφέρεται σε χορηγούμενη πίστωση αλλά σε «απολύτου μετρητοίς» καταβολή της αξίας των αγορών της.

δ) Μείωση περιθωρίου πίστωσης και εν γένει πιέσεις και τιμωρητική συμπεριφορά σε περιπτώσεις διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων εκ μέρους του πελάτη - χονδρεμπορικής επιχείρησης

1218 Σύμφωνα με αναφορές ανταγωνιστικών εταιριών παραγωγής και εμπορίας προϊόντων ζύθου αλλά και των ίδιων των εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε πρακτικές μείωσης ή και διακοπής του περιθωρίου πίστωσης σε συνεργάτες της ως μέσο *«τιμωρίας»* για την εκ μέρους τους διακίνηση ανταγωνιστικών προϊόντων.

Αναφορές εκ μέρους ανταγωνιστριών εταιριών

Αναφορές της Μύθος Ζυθοποιίας

1219 Η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει[1366] ως εμπόδια που δημιουργεί η συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά του ζύθου: **α)** τη χορήγηση ευνοϊκότερων όρων πίστωσης σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες δεν αγοράζουν προϊόντα της καταγγέλλουσας και **β)** τη χορήγηση ανοικτών μακροπρόθεσμων δανείων και υψηλών πιστώσεων σε μεγάλες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις με αποτέλεσμα την εξάρτηση των τελευταίων από τη δεσπόζουσα εταιρία, η οποία απορρέει από το φόβο

δηλώνει, περίπου το [45-55]%-[55-65]% της αναγκών σε προϊόντα ζύθου στ[…].

[1363] Με βάση τα συλλεχθέντα οικονομικά στοιχεία της συγκεκριμένης επιχείρησης (στο πλαίσιο των διενεργηθέντων επιτόπιων ελέγχων) προκύπτει ότι κατά το 2011 η αναλογία των αγορών μπίρας (με βάση την αξία αγορών) από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι για την περίπτωση της ατομικής επιχείρησης […] [85-95]% (ενώ το υπόλοιπο [5-15]% αντιστοιχεί στην […] και [0-5]% στη […]).

[1364] Όπως δήλωσε το 2009 ο […], Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας.

[1365] Συγκεκριμένα, η εταιρία, κατά δήλωσή της, προμηθεύτηκε κατά την περίοδο των ετών 2008-2011 προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αντίστοιχη κατ' όγκο αναλογία ίση με [75-85]%,[95-100]%, [85-95]% και [85-95]%, ετησίως. Το υπόλοιπο των αγορών της πραγματοποιήθηκε από […] (σε αντίστοιχα ποσοστά ύψους [15-25]%, [0-5]%, [0-5-]% και [0-5]%) καθώς και για τα δύο τελευταία έτη από […] (σε αναλογία [0-5]% και [5-15]%, αντίστοιχα).

[1366] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4291/18.07.05 υποβολή στοιχείων, καθώς και την υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία.

της απώλειας των πιστωτικών πλεονεκτημάτων σε περίπτωση συνεργασίας με άλλη ανταγωνιστική εταιρία. Μία τέτοια απώλεια θα είχε, όπως αναφέρει, καταστροφικά για αυτές αποτελέσματα, ειδικά εάν […][1367].

1220 Σε ένορκες καταθέσεις υπαλλήλων της Μύθος Ζυθοποιίας τις οποίες η τελευταία υπέβαλε στην Ε.Α. το 2007[1368], αναφέρονται περιστατικά κατά τα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία περιόρισε το περιθώριο πίστωσης που χορηγούσε σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις εξαιτίας της διακίνησης σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας. Πιο αναλυτικά, στις καταθέσεις των υπαλλήλων καταγγέλλονται τα ακόλουθα:

- Στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης ιδιοκτησίας του [...], ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας, [...] καταθέτει[1369] ότι ο εν λόγω επιχειρηματίας έχει αναφέρει τόσο στον ίδιο όσο και στον προϊστάμενό του [...] ότι, όταν ξεκίνησε η συνεργασία του με τη Μύθος Ζυθοποιία, το 1998, *«η αντίδραση της Αθηναϊκής ήταν να "γυρίσει" τον τρόπο πληρωμής του πελάτη από πίστωση σε μετρητοίς για χρονικό διάστημα περίπου ενός χρόνου»*.
- Στην ίδια κατάθεση, ο [...] αναφέρεται στην χονδρεμπορική επιχείρηση ιδιοκτησίας [...], στ[...], ο οποίος του είχε επανειλημμένα αναφέρει ότι κατά τη διάρκεια του 2004, ο πωλητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, [...], έτυχε να βρίσκεται στον επαγγελματικό χώρο του τη στιγμή που εκείνος παραλάμβανε φορτίο με μπίρα «Μύθος». Σύμφωνα με τα λεγόμενα του καταθέτοντος: *«Η σχεδόν άμεση αντίδραση της Αθηναϊκής ήταν να ζητήσει από τον πιο πάνω πελάτη να πληρώσει σε διάστημα μικρότερο του μήνα το υπόλοιπο που είχε σε μεταχρονολογημένες επιταγές, πριν από τις ημερομηνίες "λήξης" τους»*.
- Περαιτέρω, στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας [...][1370], αναφέρεται και η περίπτωση της επιχείρησης «[...]» στ[...], στην οποία τον [...]του [...] η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μείωσε το χορηγούμενο αριθμό […] πίστωσης από [...] σε [...] από την έκδοση του τιμολογίου και παράλληλα μείωσε το πλαφόν πιστώσεως. Η συγκεκριμένη αλλαγή στην πιστωτική πολιτική έλαβε χώρα, όπως αναφέρει ο καταθέτων, μετά την έναρξη συνεργασίας του συγκεκριμένου χονδρέμπορου με τη Μύθος Ζυθοποιία, *«με αποτέλεσμα να καταφεύγει ο πελάτης σε* [...].

1221 Επιπλέον των ανωτέρω καταθέσεων, η Μύθος Ζυθοποιία επισυνάπτει στην καταγγελία της κατάλογο με περιπτώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων οι οποίες δέχθηκαν παρόμοιες πιέσεις ως προς τους όρους της πληρωμής. Συγκεκριμένα, για τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις των […] και […] στο […] αναφέρει: *«[π]ιέστηκε για πληρωμή μετρητοίς εάν τοποθετούσε "Mythos"»*, ενώ για την περίπτωση του […] στ[…] επισημαίνει ότι έφθασε σε σημείο να σταματήσει τη διακίνηση του σήματος «Μύθος» καθότι μεταξύ άλλων «*πιέστηκε για τρόπο πληρωμής*». Επιπλέον, αναφέρεται ότι αντίστοιχες πιέσεις ως προς τον τρόπο πληρωμής αλλά και τη μείωση του πλαφόν δέχθηκαν οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις των […]. Συγκεκριμένα, η εταιρία αναφέρει για τις περιπτώσεις των […] και […]: *«[μ]ε πίεση ως προς τον τρόπο πληρωμής και τη μείωση του πλαφόν προσπαθούν να του επιβληθούν»*. Επισημαίνεται ότι στις περιπτώσεις των […] και […] η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει ότι δέχθηκαν πιέσεις για διακοπή

[1367] Η εταιρία παραπέμπει στην περίπτωση του επιχειρηματία […] στ[…].
[1368] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.
[1369] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική υποβολή στοιχείων.
[1370] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 969 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

προμήθειας των προϊόντων της ανταγωνίστριας που σχετίζονταν τόσο με τον τρόπο πληρωμής όσο και με τα τελικά σημεία που προμηθεύουν (απειλή για ανάθεση των συγκεκριμένων τελικών σημείων σε άλλους χονδρέμπορους). Συγκεκριμένα, για τον […] αναφέρει: *«[ε]ίχε "Mythos" – πιέστηκε για τρόπο πληρωμής και μεταφορά τελικών σημείων σε άλλους Χ/Ε και μας σταμάτησε»*, ενώ αντίστοιχα για τον […]: *«[μ]ε πίεση ως προς τον τρόπο πληρωμής και μεταφοράς των σημείων που ελέγχει σε άλλους Χ/Ε, προσπαθούν να του επιβληθούν»*.

Αναφορές της […]

1222 Ο […] της […], επισημαίνει, το 2012, μεταξύ των λόγων που αποτρέπουν μία επιχείρηση να ξεκινήσει συνεργασία με […], το φόβο για *«δυσμενείς συνέπειες εκ μέρους της μεγάλης εταιρίας του κλάδου, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»* οι οποίες συνίστανται μεταξύ άλλων στη *«μείωση της παρεχόμενης πίστωσης»*.

Αναφορές της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης

1223 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης σε υπόμνημά της[1371] αναφέρει σχετικά με παρόμοιες πρακτικές αποκλεισμού του σήματος «Βεργίνα» από την αγορά: *«Κατά την εξεταζόμενη κρίσιμη χρονική περίοδο* [ΣτΣ: αναφέρεται στα έτη 2001 – 2007] *η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε θέσει ως στόχο τον αποκλεισμό της Βεργίνας μέσω εφαρμογής αντιανταγωνιστικών πρακτικών οι οποίες ασκούσαν πίεση σε ανεξάρτητους διανομείς/χονδρεμπόρους. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακολουθούσε την τακτική "καρότο και μαστίγιο". Όποτε ένας χονδρέμπορος ή λιανέμπορος αποφάσιζε να εφοδιάσει το κατάστημά του με μπύρα Βεργίνα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προέβαινε σε μία επιθετική πολιτική: κάθε φορά που ένας αντιπρόσωπος δεν συμμορφωνόταν με την πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αντιπρόσωποι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επισκέπτονταν τα σημεία πώλησης και εξέφραζαν τη δυσαρέσκεια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, έλεγχαν τα τιμολόγια και τα αποθέματα και προέβαιναν σε απειλές. Η πίστωση και τα πιστωτικά όρια μειώνονταν, επιταγές οι οποίες είχαν χορηγηθεί υπό τη μορφή εγγύησης ξαφνικά εμφανιζόντουσαν προς πληρωμή, οι παραδόσεις καθυστερούσαν. Οι χονδρέμποροι πληροφορούνταν ότι δεν μπορούν να παραλάβουν προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με δικά τους μεταφορικά μέσα»*[1372,1373].

1224 Περαιτέρω, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρεται επίσης στις επισημάνσεις του εκπροσώπου ([…]) της χονδρεμπορικής επιχείρησης στην Αττική, « […]»[1374]: «*Μία άλλη πρακτική της ΑΖ είναι ο έλεγχος των αποθηκών των χονδρεμπόρων (το επίπεδο αποθεμάτων με τα προϊόντα τους) πιέζοντας*

[1371] Πρόκειται για το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1372] Η εταιρία στο υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 συμπληρωματικό Υπόμνημά της παραθέτει τις ακόλουθες δηλώσεις εκπροσώπου χονδρεμπορικής επιχείρησης επί των συγκεκριμένων πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Συγκεκριμένα αναφέρει: «[…], *ένας μικρός/μεσαίος χονδρέμπορος από τ*[…], *δήλωσε το 2012 ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμπόδιζε τους χονδρεμπόρους από το να πουλήσουν Βεργίνα χρησιμοποιώντας διάφορους τρόπους, που κυμαίνονταν από την άμεση πίεση στους χονδρεμπόρους (χρησιμοποιώντας την υψηλή πίστωση την οποία οι χονδρέμποροι αυτοί θα απολάμβαναν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία) έως λιγότερο εμφανείς τακτικές όπως η σκόπιμη καθυστέρηση της προμήθειας προϊόντων των χονδρεμπόρων αυτών, χρησιμοποιώντας δικαιολογίες ότι δεν υπήρχαν διαθέσιμα φορτηγά να διασφαλίσουν τον εφοδιασμό»*.

[1373] Επιπλέον των ανωτέρω, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης στο υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 συμπληρωματικό υπόμνημά της αναφέρει: *«Επίσης, όταν ένας χονδρέμπορος εμπλέκεται σε παράλληλες εισαγωγές, έχει αναφερθεί ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παύει την πίστωση του πελάτη και απαιτεί άμεση καταβολή του υπολοίπου, κάτι το οποίο θα μπορούσε να καταστρέψει οικονομικώς τον χονδρέμπορο»*.

[1374] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 συμπληρωματικό υπόμνημα.

συνεχώς για περισσότερη παρουσία των προϊόντων της στις αποθήκες τους. Εάν τα αποθέματα της ΑΖ είναι μειωμένα και υπάρχει παρουσία άλλων μπυρών τότε: Εάν ο χονδρέμπορος δεν έχει καμία οικονομική δέσμευση με την ΑΖ, τότε η εταιρία του κάνει προσφορά (εκπτώσεις, μεγαλύτερη πίστωση (πλαφόν), μεταχρονολογημένη επιταγή με λήξη [...], διάφορα προωθητικά – ποτήρια κτλ). Εάν ο χονδρέμπορος είναι οικονομικά δεσμευμένος τότε η εταιρία τον απειλεί πως θα του μειώσει [...] πίστωσης ή το πλαφόν του»[1375].

Αναφορές εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων

1225 Ακολούθως αναφέρονται περιπτώσεις, όπως εκείνες αποτυπώθηκαν στο πλαίσιο ενόρκων καταθέσεων εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, οι οποίες στην πλειονότητά τους αφορούν σε πρακτικές «αντιποίνων», ιδίως σε σχέση με τον περιορισμό της πίστωσης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λόγω της διάθεσης ανταγωνιστικών προϊόντων, κυρίως του σήματος «Βεργίνα».

i) Περίπτωση της εταιρίας […]

1226 Ο […], ιδιοκτήτης της εταιρίας « […]» που δραστηριοποιείται στην Αττική, απαντώντας το 2001 σε σχετικό ερώτημα της Ε.Α., αναφέρει: *«[ε]πειδή, [...] δεν έχω ζητήσει ποτέ εξυπηρετήσεις, δεν έχω υποστεί πιέσεις. Αλλά και ένας επιπλέον λόγος πίεσης είναι πιστωτική πολιτική μετρητοίς π.χ. συνάδελφοι, επειδή διακινούσαν Μύθο, τους γύρισε σε μετρητοίς»*.

ii) Περίπτωση της […]

1227 Στην ένορκη κατάθεσή της κατά την 03.11.2006 ενώπιον στελεχών της Ε.Α., […], δήλωσε ότι στέλεχος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της έθεσε ως όρο για την παροχή υποστήριξης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο σχέδιό της για επικείμενες επενδύσεις τη διακοπή της συνεργασίας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης την οποία μόλις είχε ξεκινήσει.

1228 Σύμφωνα με την κατάθεσή της: «[τ]ο 1998 αποφασίσαμε να ξεκινήσουμε συνεργασία με τη ΒΕΡΓΙΝΑ, επειδή είναι τοπικό προϊόν και το ζητούσε και η αγορά. Όταν αγοράσαμε το πρώτο φορτίο από τη ΒΕΡΓΙΝΑ, στην πρώτη επίσκεψη του επιθεωρητή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ακολούθησε, μας υποδείχθηκε να σταματήσουμε να διακινούμε το συγκεκριμένο σήμα, καθώς επρόκειτο να λάβουμε δάνειο με τη μορφή πίστωσης για την ανέγερση της νέας αποθήκης μας. Μετά από αυτό, το συγκεκριμένο φορτίο της ΒΕΡΓΙΝΑΣ δε διακινήθηκε καν, ενώ διαταράχθηκαν και οι σχέσεις μας με τα στελέχη της συγκεκριμένης εταιρείας. Αυτό συνέβη παρότι πιστεύαμε ότι το συγκεκριμένο προϊόν θα είχε σημαντική ζήτηση, καθώς αποτελεί προϊόν καλής ποιότητας, […] Δεδομένης όμως της ζήτησης στην τοπική αγορά και προκειμένου να ικανοποιήσουμε τους πελάτες μας και για να μην χάσουμε τα τελικά σημεία πώλησής μας, συνεχίσαμε να διακινούμε περιορισμένα κιβώτια της ΒΕΡΓΙΝΑ, τα οποία φροντίζαμε να μην βρίσκονται σε εμφανή σημεία, ούτε στην αποθήκη μας, ούτε στα φορτηγά μας. Κάποια στιγμή δε που ο επιθεωρητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […], είδε ότι υπήρχαν κάποια κιβώτια της ΒΕΡΓΙΝΑ στην αποθήκη μας, δεν ήρθε το σύνολο του φορτίου που είχαμε παραγγείλει από την Αθηναϊκή (με τη δικαιολογία του πλαφόν), με αποτέλεσμα να αναγκαστούμε να αγοράσουμε τα

[1375] Σχετ. Δελτίο Αναφοράς Περιστατικού που έχει συνταχθεί κατά την 13.11.2012 και υπογράφεται από το […] της εταιρίας, […].

προϊόντα που χρειαζόμασταν από άλλον χονδρέμπορο. Αυτό, βέβαια, είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργείται αρνητική εικόνα στην αγορά σχετικά με την επιχείρησή μας»[1376].

1229 Ο […], ο οποίος διατηρεί την επιχείρηση «[…]»[1377] και παράλληλα […], αναφέρει σχετικά με την αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη διακίνηση της μπίρας «Βεργίνα»: *«[σ]τις αρχές του 2006 ξεκινήσαμε, σε συνεργασία με τη Βεργίνα, να τοποθετούμε βαρέλια της στην περιοχή* […]. *Υπήρξε τότε προφορική αντίδραση του επιθεωρητή της Αθηναϊκής, ενώ στη συνέχεια ξεκίνησαν και προβλήματα στη συνεργασία της επιχείρησης* […] *με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία (μείωση πλαφόν, απαίτηση εγγυήσεων και πιο αυστηρή πιστωτική πολιτική) […]»*.

1230 Ο ίδιος επισημαίνει ότι το 2006 πληροφορήθηκε πως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προχώρησε σε αύξηση […] πίστωσης σε συγκεκριμένες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, *«χωρίς αυτό να σχετίζεται με διαφορές στην οικονομική κατάσταση και το ύψος των πωλήσεων των εν λόγω επιχειρήσεων»*. Συγκεκριμένα, ο μάρτυρας επισημαίνει: *«[σ]ε συζήτηση με τον Προϊστάμενο της περιοχής,* […] *γιατί κάτι τέτοιο δεν ισχύει και για τη δική μας επιχείρηση, μου απάντησε ότι οι συγκεκριμένες πιστώσεις δόθηκαν επιλεκτικά σε* […] *χονδρεμπόρους στη Βόρεια Ελλάδα, με δικά τους κριτήρια, χωρίς να μου απαντήσουν ποια είναι τα κριτήρια αυτά. Προσωπική μου άποψη είναι ότι η επιχείρηση* […], *δεν συμπεριλήφθηκε στις παραπάνω επιχειρήσεις καθώς το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα είχαμε αυξήσει τη διακίνηση της μπίρας ΒΕΡΓΙΝΑ»*[1378]. Η δε […] στην ένορκη κατάθεσή της επισημαίνει: *«[μ]έχρι το* […]*του 2006 δεν είχε προκύψει ποτέ θέμα εγγύησης, ούτε είχε οριστεί η πιστωτική πολιτική, με τη δήλωση κάποιου συγκεκριμένου πλαφόν πιστωτικού ορίου (ανοιχτό υπόλοιπο και τρέχουσες επιταγές). Το* […] *του 2006, στο γραφείο του* […], *Διευθυντή* […], *μας ανακοινώθηκε ότι, λόγω φημών ότι η επιχείρησή μας δεν πάει καλά, μειώνεται το πλαφόν που υπήρχε (αλλά δεν μας είχε ανακοινωθεί ποτέ) από* […] *σε* […]. *Μάλιστα ο* […] *μας δήλωσε ότι, αν ήταν δυνατόν, θα μας έκοβε τελείως την πίστωση, αλλά δεν το έκανε, λόγω των πιθανών επιπτώσεων που θα υπήρχαν από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Μετά από μερικές μέρες, και αφού είχαμε ήδη εξοφλήσει μία επιταγή ύψους* […], *ο* […] *μας ανακοίνωσε ότι το πλαφόν δεν ήταν* […], *αλλά* […] *και ότι για να το ανεβάσουμε στις* […] *και άνω χρειαζόταν κάποια εγγύηση. Τελικά, έπειτα από*

[1376] Επιπλέον, με βάση τα λεγόμενα […], το πιστωτικό όριο που της είχε θέσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν χαμηλό. Μάλιστα όπως η ίδια αναφέρει: *«[ε]ξαιτίας του χαμηλού πιστωτικού ορίου που μου είχε θέσει η Αθηναϊκή, όταν γινόταν ανατίμηση του προϊόντος, η ποσότητα που μπορούσα να προμηθευτώ ήταν συγκεκριμένη και, ακόμη και αν ζητούσα περισσότερο προϊόν, μου απαντούσαν ότι δεν υπάρχει απόθεμα. Την ίδια στιγμή όμως, γνώριζα ότι οι ανταγωνιστές χονδρέμποροι προμηθεύονταν μεγάλες ποσότητες εμπορευμάτων με την παλαιά τιμή. Με τις ποσότητες αυτές, εκείνοι εξυπηρετούσαν τους πελάτες τους για* […] *περίπου, ενώ εγώ μόνο [...]. Με αυτόν τον τρόπο, γινόμουν ξανά λιγότερο ανταγωνιστική ως προς τα τελικά σημεία, ή αναγκαζόμουν να προσφέρω κι εγώ τη χαμηλότερη τιμή, με αποτέλεσμα να μειώνεται η κερδοφορία μου»*.

[1377] Η επιχείρηση «[…]» έχει ως αντικείμενο δραστηριότητας τη χονδρική και λιανική πώληση αναψυκτικών, ποτών, […].

[1378] Ο […] συμπληρώνει σχετικά: *«[ω]ς αποτέλεσμα της παραπάνω πολιτικής, δεν είναι τυχαίο ότι, εξ όσων γνωρίζω, 5 εταιρίες και συγκεκριμένα, οι εταιρίες* […]*στο νομό Σερρών, "*[…]*" στο νομό Ροδόπης, "*[…]*" στο νομό Πιερίας, "*[…]*" στο νομό Θεσσαλονίκης και "*[…]*" στο νομό Κοζάνης, καλύπτουν το 50% τουλάχιστον του τζίρου του χονδρικού εμπορίου (εκτός των μεγάλων πελατών και των εθνικών συμφωνιών-κλειστών αγορών) των εταιριών Αθηναϊκή Ζυθοποιία και* […] *στη Βόρειο Ελλάδα. Οι δύο αυτές εταιρίες εφαρμόζουν τα ίδια συστήματα προώθησης του χονδρικού εμπορίου στην Ελλάδα και στηρίζουν τους ίδιους χονδρεμπόρους. Επίσης, θέλω να σημειώσω ότι, όταν αντιμετώπιζα προβλήματα στη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, απέφευγαν να με επισκεφτούν και τα στελέχη της* […]. *Γνωρίζω δε από την προηγούμενη εμπειρία μου, ότι διευθυντές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της* […]*έχουν επικοινωνία και συζητούν σχετικά με την πιστωτική πολιτική τους απέναντι στους χονδρεμπόρους»*.

απειλή μας για την αποστολή εξωδίκου, αν η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν μας όριζε γραπτά την εμπορική και πιστωτική πολιτική της, το πλαφόν αυτό παρέμεινε στα [...] [τ]ον […] του 2006, κατόπιν απειλής μου για αποστολή εξώδικης καταγγελίας[1379]*, λόγω της καλλιέργειας φημών σχετικά με τη φερεγγυότητα της επιχείρησής μου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μου πρότεινε σε αντάλλαγμα την αύξηση του πιστωτικού μου ορίου και την παροχή ενός φορτίου με πίστωση (σημειώνω ότι μέχρι τότε ζητούσα τις παροχές αυτές αλλά δεν μου παρέχονταν). Η εξώδική αυτή καταγγελία συντάχθηκε στις* […]*2006, αλλά δεν κατατέθηκε τελικά»*[1380].

iii) Περίπτωση της εταιρίας «[…]»

1231 Σε ένορκη κατάθεση της 03.08.2006 […]της εταιρίας « […]» με έδρα […], *αναφέρεται* ότι κατά την περίοδο της εμφάνισης της μπίρας «Βεργίνα», το 1998, υπήρξαν αναφορές σύμφωνα με τις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ασκούσε πίεση σε συνεργάτες της που διακινούσαν τη συγκεκριμένη μάρκα. Ο συγκεκριμένος επιχειρηματίας αναφέρει σχετικά με τη δική του περίπτωση: *«[μ]ετά από την αύξηση της ζήτησης των προϊόντων της ΒΕΡΓΙΝΑΣ από την αγορά και προκειμένου να ικανοποιήσουμε τους πελάτες μας, το 1999, ξεκινήσαμε συνεργασία με την εταιρία ΒΕΡΓΙΝΑ. Την ίδια εποχή, οι συνάδελφοί μας στην περιοχή ξεκίνησαν να διακόπτουν ένας-ένας τη συνεργασία τους με τη ΒΕΡΓΙΝΑ, εξαιτίας των πιέσεων που υφίσταντο. [...] Μετά από μία εβδομάδα και αφού είχαμε τοποθετήσει το προϊόν στην αγορά, μας επισκέφθηκε ο επιθεωρητής πωλήσεων της περιοχής μας,* […] *και μας είπε ότι "τώρα που πήρατε ΒΕΡΓΙΝΑ, δεν μπορούμε να σας κάνουμε, ως Αθηναϊκή, τις "χάρες" που σας κάναμε μέχρι τώρα". Συγκεκριμένα, είπε ότι ήταν χάρη το γεγονός ότι μας έδιναν πίστωση παρόλο που ήμασταν [...] και δεν υπήρχε εγγύηση για την αποπληρωμή, καθώς και το γεγονός ότι φορτώναμε με δικό μας μεταφορικό μέσο από την αποθήκη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας* […] *(εξοικονομώντας το κόστος των μεταφορικών). Μου είπε επίσης ότι στο εξής θα έπρεπε να πληρώνουμε μετρητοίς και η παράδοση των εμπορευμάτων να γίνεται από την Αθηναϊκή, με δικά της μεταφορικά μέσα. Εμείς δεχτήκαμε, μην μπορώντας να κάνουμε διαφορετικά [...] Ο* […] [ΣτΣ: Διευθυντής […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […] *πράγματι μας επισκέφτηκε, διέψευσε τον* […] *και μας είπε ότι όλα τα προηγούμενα δεν ήταν επιλογή της Αθηναϊκής, αλλά προσωπικές σκέψεις του* […] *και ότι η συνεργασία μας θα παρέμενε ως είχε. Επιφανειακά συνεχίστηκε η συνεργασία, αλλά με έμμεσες πιέσεις, όπως τεχνητές ελλείψεις εμπορευμάτων, έλλειψη προωθητικού και διαφημιστικού υλικού»*. Η απόφαση της εταιρίας να σταματήσει τη διακίνηση της μάρκας «Βεργίνα», 6 μήνες αργότερα, βασίσθηκε, όπως διευκρινίζει ο […], σε «*όργιο φημών για κλείσιμο της ΒΕΡΓΙΝΑΣ»* κάτι που ειπώθηκε επανειλημμένα και στον ίδιο, όπως αναφέρει, από στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ωστόσο, ο ίδιος ξεκίνησε να συνεργάζεται παράλληλα και με την εταιρία Μύθος Ζυθοποιία. Σχετικά με τη συνεργασία του χονδρεμπόρου με τη Μύθος Ζυθοποιία, ο ίδιος διευκρινίζει ότι δεν υπήρξε αντίδραση από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Όταν όμως, μετά από 2 έτη, αποφάσισε να σταματήσει τη συνεργασία του με τη Μύθος Ζυθοποιία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έσπευσε να ικανοποιήσει το αίτημα της επιχείρησης για την τοποθέτηση […] μηχανημάτων βαρελίσιας μπίρας

[1379] Το σώμα της συγκεκριμένης εξώδικης καταγγελίας επισυνάφθηκε στο κείμενο της κατάθεσης.

[1380] Επιπλέον, […]συμπληρώνει: *«από όλες τις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζομαι, το πρώτο μέλημά μου ήταν πάντα να πληρώνω τις επιταγές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς αισθανόμουν ότι έπρεπε να λογοδοτώ για κάθε πιθανή καθυστέρηση, αφού γνωρίζω ότι η άποψη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για μία εταιρεία είναι εκείνη που διαμορφώνει τη συνολική εικόνα της στην αγορά»*.

αντικαθιστώντας τα μηχανήματα που ήταν τοποθετημένα στους πελάτες της στο πλαίσιο της συνεργασίας του με τη Μύθος Ζυθοποιία, ενώ, όπως αναφέρει, παλαιότερα αντιμετώπιζε προβλήματα στην προμήθεια τέτοιων μηχανημάτων. Στις σχέσεις της εν λόγω χονδρεμπορικής επιχείρησης και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας υπήρξαν περαιτέρω προβλήματα και ιδιωτικές διαφορές από το 2004, οι οποίες εκτίθενται αναλυτικά στο Παράρτημα 2.

iv) Περίπτωση της εταιρίας « [...]***»***

1232 Ο […] στην ένορκη κατάθεσή του στις 05.07.2006 (ενώπιον στελεχών της Ε.Α.) ως εκπρόσωπος της εταιρίας « […]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […] και η οποία είχε άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά το διάστημα 1994 - 2002[1381], επισημαίνει ότι κατά το 2001, όταν ξεκίνησε να προμηθεύεται το εμπορικό σήμα «Βεργίνα», δέχθηκε επισκέψεις από στελέχη της εν λόγω εταιρίας ζύθου κατά τις οποίες οι τελευταίοι αντέδρασαν στη διακίνηση του ως άνω ανταγωνιστικού σήματος. Συγκεκριμένα, ο […] αναφέρει: *«[τ]ις πρώτες ημέρες μετά την παραλαβή της πρώτης παραγγελίας της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ [2001] μου τηλεφώνησε και στη συνέχεια με επισκέφτηκε ο επιθεωρητής της περιοχής* […]*, ο οποίος μου εξέφρασε τη δυσαρέσκειά του για την ενέργειά μου αυτή. Τηλεφωνικά μου είπε ότι είδε κάτι που δεν του άρεσε καθόλου και όταν με επισκέφθηκε στις εγκαταστάσεις, μου είπε πως δεν είναι καθόλου καλό αυτό που έκανα και είπε πως θα ήθελε να με επισκεφτεί με τον προϊστάμενο του* […]*. Στη συνέχεια με επισκέφτηκε ο* […]*, προϊστάμενος της περιοχής* […]*, ο οποίος μου είπε πως ήταν πολύ λάθος η ενέργεια που έχω κάνει και πως αυτή μου η ενέργεια μπορεί να διαταράξει τις σχέσεις μου με την Αθηναϊκή και να αλλάξει η πολιτική της Αθηναϊκής απέναντι μου. Επί λέξει μου είπε ότι "κι εμείς θα χάσουμε τον καλύτερο πελάτη μας στη* […]*κι εσύ θα χάσεις εμάς, που έχουμε όλο το κομμάτι της αγοράς"».* Ο επιχειρηματίας αναφέρεται και σε επίσκεψη που δέχθηκε από τον […]Διευθυντή […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […]: *«μου τόνισε κι αυτός ότι έκανα λάθος ενέργεια, ενώ είχαμε συζητήσει να είμαστε μαζί και ότι θα αλλάξει η πολιτική της Αθηναϊκής απέναντι μου, δεν θα με πιστώνει στο εξής και δεν θα με υποστηρίζει στην αγορά. Στο αμέσως επόμενο χρονικό διάστημα, η συνεργασία της εταιρίας μου με την Αθηναϊκή συνεχίστηκε, αλλά με διαφορετικούς όρους πληρωμής, δηλαδή δεν δέχονταν πλέον μεταχρονολογημένες επιταγές, αλλά μόνο επιταγές ημέρας»*[1382].

1233 Η συγκεκριμένη συμπεριφορά εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επιβεβαιώνεται από παραστατικά τιμολογίων εκδοθέντων από αυτήν στα οποία αναγράφεται ο τρόπος πληρωμής εκ μέρους της εν λόγω

[1381] Μετά το έτος 2002 η προμήθεια των προϊόντων της εν λόγω εταιρίας γίνεται μέσω τρίτων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

[1382] Σημειώνεται ότι αναφορά στις πιέσεις που υποστηρίζει ότι δέχθηκε η εταιρία από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία γίνεται και σε έγγραφο αναφοράς περιστατικού το οποίο υπογράφεται από τον […] και προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ([…]). Στο συγκεκριμένο έγγραφο αναφέρονται μεταξύ άλλων και οι επισκέψεις που δέχθηκε ο εν λόγω χονδρέμπορος από τα στέλεχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Αναλυτικότερα στο έγγραφο καταγράφεται: *«[α]πό την Αρχή της Συνεργασίας μας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, άρχισαν οι επισκέψεις από στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας όπου ως μοναδικό στόχο είχαν τη διακοπή της συνεργασίας μας με την Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε. λέγοντάς μου κατ' επανάληψη πως αυτή η επιλογή μου ήταν λάθος και θα με οδηγήσει σε συρρίκνωση εάν δεν επανέλθω στην τάξη. Εφόσον, μου είπε ο κύριος,* […] *Διευθυντής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, επέλεξα να μην είμαι μαζί τους, θα πάρουν τέτοια μέτρα ώστε θα το μετανιώσω γι' αυτό που έκανα. Στη συνέχεια ο κύριος* […] *μου είπε πως στο εξής δεν είμαι συνεργάτης τους και στην συνέχεια θα αγοράζω τα προϊόντα τους μόνον απολύτου μετρητοίς και δεν θα έχω τη στήριξή τους στην αγορά. Οι απειλές αυτές πραγματοποιήθηκαν και ισχύουν μέχρι σήμερα».*

χονδρεμπορικής εταιρίας. Τα παραστατικά προσκομίστηκαν από τον εκπρόσωπο της επιχείρησης κατά τη διάρκεια της ένορκης κατάθεσής του και αφορούν στα έτη 1999, 2000, 2001 και 2002. Ο Πίνακας 2 στο Παράρτημα 2 καταρτίστηκε με βάση τα ανωτέρω στοιχεία και περιλαμβάνει τα παραστατικά που αφορούν αποκλειστικά σε προϊόντα ζύθου. Από την εξέταση του συγκεκριμένου πίνακα γίνεται φανερό ότι έως τον Ιούλιο του 2001 χορηγείται πίστωση […]. Αντίθετα, από τον Ιούλιο του 2001, το περιθώριο πληρωμής για όλες σχεδόν τις αγορές περιορίζεται στην […]. Επισημαίνεται ότι το ποσό πληρωμής είναι στην πλειονότητα των περιπτώσεων μικρότερο από το τιμολογηθέν.

1234 Ακολούθως, ο […] αναφέρεται σε «επεισόδια» που έλαβαν χώρα ανάμεσα στους οδηγούς της επιχείρησης που πήγαιναν στις εγκαταστάσεις της Αθηναϊκής για να φορτώσουν εμπορεύματα: *«[κ]ατά το χρονικό αυτό διάστημα, 2001-2002 σημειώθηκαν και διάφορα επεισόδια ανάμεσα στους οδηγούς μου που πήγαιναν να φορτώσουν εμπορεύματα της Αθηναϊκής στο εργοστάσιό της και τους υπαλλήλους της Αθηναϊκής (απειλές, σωματικές βλάβες, προσβολές της τιμής και της υπόληψης των οδηγών μου κλπ), όπως αυτά αναλυτικά περιγράφονται και στοιχειοθετούνται στα αντίγραφα των μηνύσεων και κλητεύσεων ενώπιον του Πλημμελειοδικείου Θεσσαλονίκης, που σας προσκομίζω. Τελικά στα τέλη του 2002, διακόπηκε οριστικά η συνεργασία μου με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, διότι η Αθηναϊκή αρνείτο να μεταφέρει τα προϊόντα στις εγκαταστάσεις μου, το δε προσωπικό μου, όταν πήγαινε εκεί το αντιμετώπιζαν με τον τρόπο που σας προανέφερα»*. Επιπλέον, ο επιχειρηματίας επισημαίνει: *«[ό]λο αυτό το χρονικό διάστημα και μέχρι σήμερα υπάλληλοι της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προέτρεπαν και πίεζαν λιανικά σημεία πώλησης που πριν προμηθεύονταν μπύρα από εμένα να αλλάξουν προμηθευτή, επειδή η εταιρία μου θα έκλεινε και η Αθηναϊκή δεν την προμήθευε πλέον. Σιγά-σιγά διάφορα σημεία λιανικής πώλησης σταμάτησαν να συνεργάζονται μαζί μου. Την άνοιξη του 2001 η εταιρία* […] *σταμάτησε κι αυτή να με τιμολογεί, επικαλούμενη την απόφαση της Αθηναϊκής να σταματήσει να με προμηθεύει»*.

1235 Σημειώνεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σε επιστολή που έχει στείλει στην Ε.Α.[1383] και η οποία περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 2 υπό τον τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06» αναφέρεται στη συνεργασία της με τη συγκεκριμένη χονδρεμπορική επιχείρηση και διευκρινίζει ότι οι λόγοι που την οδήγησαν στη μεταβολή των όρων πίστωσης σχετίζονταν με την εξασφάλιση της εταιρίας έναντι του εν λόγω πελάτη. Συγκεκριμένα η εταιρία αναφέρει: *«[ο] κ.* […]*, πρόεδρος της εταιρίας αυτής, εμφανίζεται να ισχυρίζεται ότι το 2001 αποφάσισε να συνεργαστεί με τη "Βεργίνα" και ότι τότε άρχισαν οι αντιδράσεις από την εταιρία μας. […] Οι ανωτέρω ισχυρισμοί του κ.* […]*είναι τελείως αναληθείς και αβάσιμοι. Η πραγματικότητα είναι η εξής: το καλοκαίρι του 2001 ο κ.* […] *είχε υπερβολικά υψηλό άνοιγμα στην εταιρία μας, ύψους* […] *δρχ. περίπου, και δεν μας χορηγούσε κανενός είδους εξασφάλιση της αποπληρωμής της ανωτέρω οφειλής,* […]*»*.

1236 Ως προς την εν λόγω διαμάχη, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναφέρει ότι: «[…]».

ν) Περίπτωση της «[…]»

1237 Ο […], σε ένορκη κατάθεσή του εκ μέρους της ως άνω ατομικής επιχείρησης που δραστηριοποιείται στο νομό Ηρακλείου, υποστηρίζει ότι με την εμφάνιση των πρώτων ανταγωνιστικών σημάτων

[1383] Επιστολή υπ' αριθ. πρωτ. 7236/14.11.06.

«Lowenbrau» και «Carlsberg» στην αγορά του Ηρακλείου, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία άλλαξε την πιστωτική της πολιτική μειώνοντας σταδιακά τη χρονική διάρκεια των πιστώσεων σε όσους συνεργάζονταν με τις προαναφερθείσες ανταγωνιστικές εταιρίες.

1238 Επιπλέον, επισημαίνει ότι πιέσεις που δέχθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στους όρους πληρωμής και οι οποίες συνδέονται χρονικά με την εκ μέρους της διακίνηση του εμπορικού σήματος «Βεργίνα» (το έτος 2001) τον οδήγησαν μεταξύ άλλων στη διακοπή της εμπορίας της εν λόγω μπίρας ένα σχεδόν χρόνο αργότερα (Ιούλιος του 2002). Πιο αναλυτικά, ο επιχειρηματίας αναφέρει: *«[η] αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ήταν να περιορίζει όλο και περισσότερο τις πιστώσεις, να μου ζητά να σταματήσω να πουλάω ΒΕΡΓΙΝΑ για να με στηρίξει στην αγορά και να προσπαθεί να απομακρύνει τη ΒΕΡΓΙΝΑ από τα τελικά σημεία πώλησης που την είχα τοποθετήσει. Αυτό το τελευταίο γινόταν μέσω άλλων χονδρεμπόρων, που πλησίαζαν τα τελικά σημεία πώλησης, απομάκρυναν τα κιβώτια της ΒΕΡΓΙΝΑΣ, προφανώς αγοράζοντάς τα, και τα αντάλλασαν με κιβώτια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, περισσότερα σε αριθμό από αυτά της ΒΕΡΓΙΝΑ που αγόραζαν/απομάκρυναν. Όλα αυτά μάλιστα συνέβαιναν ενώ εγώ εξακολουθούσα να διακινώ κατά [85-95]% προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήθελε να μην διακινώ καθόλου μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ. Αποτέλεσμα όλων αυτών των ενεργειών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ήταν να αρχίσω σιγά – σιγά να χάνω τα τελικά σημεία πώλησης, που ήταν πελάτες μου, με συνέπεια να μειωθεί σημαντικά το πελατολόγιό μου από* […] *τελικά σημεία σε* […] *περίπου. Πέραν των ανωτέρω, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακολουθούσε έναντί μου και την ακόλουθη πολιτική: ενώ στα τιμολόγια χρέωνε τα κενά και το περιεχόμενο μαζί, στην αποπληρωμή δε δεχόταν πίσω τα κενά αλλά ζητούσε να καταβάλω όλο το ποσό τοις μετρητοίς. Την αξία, στην οποία αντιστοιχούσαν τα κενά που είχα ήδη παραδώσει στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, τη μετέφερε σε επόμενες παραγγελίες. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να παρουσιάζω μεγάλο πρόβλημα ρευστότητας, καθώς έπρεπε να εξοφλώ τις επιταγές με ρευστό και ταυτόχρονα προπλήρωνα, μέσω της παράδοσης στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία των κενών, και την αξία επόμενων παραγγελιών. Την τακτική αυτή ακολουθούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κυρίως το χειμώνα, μετά τη λήξη της τουριστικής περιόδου, όπου και οικονομικά επικρατούσε μεγαλύτερη στενότητα και είχαν ήδη συσσωρευτεί και πολλά κενά από τη θερινή περίοδο. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο, δηλ. με την παράδοση των κενών χωρίς να συνυπολογίζονται σε προηγούμενες οφειλές αλλά ως προπληρωμή για επόμενες, αναγκαζόμουν να παίρνω μόνο ή κυρίως, ποσότητες μπύρας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αφού τις είχα με τον παραπάνω τρόπο ήδη πληρώσει. Από όσο γνωρίζω, σε αποκλειστικούς συνεργάτες της δεν ακολουθούσε αυτήν την πρακτική, αλλά αντιθέτως δεχόταν τα κενά ως αποπληρωμή προηγούμενων οφειλών. Ως συνέπεια όλων αυτών των πιέσεων, αναγκάστηκα τον Ιούλιο του 2002 να σταματήσω να εμπορεύομαι τη ΒΕΡΓΙΝΑ».*

1239 Στη συνέχεια της κατάθεσής του ο επιχειρηματίας αναφέρει ότι υπήρξαν «αντίποινα» εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και όταν ξεκίνησε να εμπορεύεται μπίρα της […]. Πιο αναλυτικά, ο […] αναφέρει: *«[μ]ετέφερα την επιχείρησή μου στην περιοχή* […]*, όπου είναι κυρίως τουριστική περιοχή. Εκεί διακινούσα, εκτός των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και μεγάλες ποσότητες της μπύρας ΜΥΘΟΣ καθώς τη ζητούσαν οι τουρίστες, κυρίως οι ξένοι. Το 2005 ξεκίνησα να δουλεύω και μπίρα σε βαρέλι της* […] *[...]. Ως συνέπεια των ανωτέρω, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία τον Ιούλιο του 2005, έχοντας στην κατοχή της δικές μου λευκές επιταγές, έκλεισε τις επιταγές αυτές ανά 5 ημέρες για οφειλόμενο από εμένα τότε ποσό ύψους* […] *περίπου Ευρώ χωρίς εγώ να ερωτηθώ. Καθώς αδυνατούσα να πληρώσω το ποσό αυτό*

σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα (οι ημερομηνίες των επιταγών, που έβαλε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στις λευκές επιταγές μου, ήταν κατά προσέγγιση: […][1384],[…]*) η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σφράγισε τις επιταγές μου και από τότε (1/8/05) αγοράζω από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία μόνο τοις μετρητοίς*[1385]*. Το προαναφερόμενο αυτό ποσό αδυνατούσα να το καταβάλω σε τόσο μικρό χρονικό διάστημα καθώς είχα και άλλες τρέχουσες υποχρεώσεις στην αγορά. Συνέπεια της σφράγισης των επιταγών μου από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν να σφραγιστούν και άλλες επιταγές μου, που είχα δώσει σε άλλες εταιρίες. Επισημαίνω ότι το προαναφερόμενο ποσό των* […] *Ευρώ αντιστοιχούσε τόσο σε κενά όσο και σε περιεχόμενο και είχε σχηματιστεί από παραγγελίες που έγιναν τέλη Ιουνίου και Ιούλιο 2005. [...] Τώρα πλέον είμαι από τους μικρότερους χονδρέμπορους. Πριν από τον "πόλεμο" που σας περιέγραψα ανήκα στους 10 πρώτους από τους συνολικά περίπου 40 - 45 στο Νομό [...]».*

1240 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σε επιστολή που έχει στείλει στην Ε.Α.[1386] και η οποία περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 2 υπό τον τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06», αναφέρεται στο τελευταίο ως άνω ζήτημα των λευκών επιταγών παρέχοντας τις ακόλουθες διευκρινίσεις: *«[ο] κ.* […] *φαίνεται να ισχυρίζεται και να κατηγορεί την εταιρία μας σε συνεντεύξεις του σε τηλεοπτικό σταθμό ότι παρεμποδίζει τη διακίνηση άλλων σημάτων πλην της εταιρίας μας καθώς και ότι μας παρέδιδε λευκές επιταγές και εξουσιοδοτούσε υπαλλήλους της εταιρίας μας να τις υπογράφουν με όποιο ποσό ήθελαν προκειμένου να φορτώσει προϊόντα της εταιρίας μας. Οι ανωτέρω ισχυρισμοί του κ.* […] *είναι τελείως αναληθείς και αβάσιμοι. Η πραγματικότητα είναι η εξής: [...]*[1387]*, [...]*[1388]*. [...].*

ε) Ενίσχυση πελατών - πιστώσεις για την κατασκευή ή επέκταση εγκαταστάσεων κ.λπ.

1241 Όπως προέκυψε από τα συλλεγέντα στοιχεία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία υποστηρίζει ορισμένους πελάτες της με διάφορους τρόπους, όπως π.χ., χορηγώντας (πολύ) μεγαλύτερο περιθώριο πίστωσης κατόπιν σχετικού αιτήματος των τελευταίων για την κατασκευή ή επέκταση εγκαταστάσεων (λ.χ. αποθηκευτικών χώρων).

1242 Στο προαναφερθέν εσωτερικό έγγραφο της εταιρίας της 11.03.2005 με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση

[1384] Ο μάρτυρας προσκόμισε το σώμα επιταγής με ημερομηνία […] και ποσό […] η οποία φαίνεται ότι έχει σφραγιστεί. Η επιταγή είναι της […] και φέρει τον αριθμό […]. Η επιταγή σφραγίστηκε την […].

[1385] Προς επίρρωση των ισχυρισμών του περί πληρωμής τοις μετρητοίς, ο εν λόγω χονδρέμπορος επισύναψε τις καρτέλες του προμηθευτή «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» για όλο το έτος 2005 καθώς και για το διάστημα 01.01.2006-18.10.2006. Από την εξέταση των εν λόγω καρτελών προκύπτει ότι από […] έως και την […], η πληρωμή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας πραγματοποιούνταν μόνο με την καταβολή μετρητών. Αναφορικά με ημερομηνία μεταγενέστερη της 18.10.2006, ο καταθέτων επισύναψε τα ακόλουθα έγγραφα ως αποδεικτικά της πληρωμής τοις μετρητοίς: α) απόδειξη είσπραξης μετρητών με ημερομηνία […] και αριθμό […]της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» αξίας […], β) πιστωτικό τιμολόγιο για επιστραφείσα εγγύηση με ημερομηνία 20.10.2006 και αριθμό […]της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» αξίας […] και γ) τιμολόγιο – δελτίο αποστολής με ημερομηνία […] και αριθμό […] της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» αξίας […]. Το καθαρό πληρωτέο ποσό που προκύπτει από την εκκαθάριση των ανωτέρω υπό β) και γ) παραστατικών φαίνεται να είναι το ποσό που πληρώθηκε από τον χονδρέμπορο μετρητοίς με βάση την υπο α) απόδειξη είσπραξης μετρητών.

[1386] Υπ' αριθ. πρωτ. 7236/14.11.06.

[1387] […].

[1388] Επισημαίνεται ότι στα έγγραφα που επισύναψε ο επιχειρηματίας στην ένορκη κατάθεσή του, συμπεριλαμβάνονται επίσης δύο επιταγές του 2001 και μία του 1996, οι οποίες είχαν εκδοθεί σε διαταγή πληρωμής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και σφραγίστηκαν λόγω ανεπαρκούς υπολοίπου.

Πιστωτικής Πολιτικής»[1389] ορίζονται […].

1243 Ως περιπτώσεις στις οποίες εφαρμόστηκε η εδώ εκτιθέμενη πολιτική αναφέρεται κατ' αρχάς το παράδειγμα της συνεργαζόμενης με την καθ' ης χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» στ[…], ο εκπρόσωπος της οποίας, […], δήλωσε το 2007 στα στελέχη της Ε.Α.: *«[α]πό την Αθηναϊκή Ζυθοποιία έλαβα δάνειο μία φορά όταν έκανα μία επένδυση στην επιχείρησή μου. Είχα πάρει εμπόρευμα αξίας* […]. *δρχ με πίστωση* […] *αντί* […] *που ήταν οι* […] *πληρωμής μου. Γι' αυτήν την παροχή δεν μου ζητήθηκαν από την εταιρία ιδιαίτεροι όροι. Αυτό έγινε πριν 12 χρόνια. Από όσο ξέρω η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζει τέτοια πρακτική, να βοηθάει συνεργάτες με τέτοιο τρόπο, με παράταση της πίστωσης, όταν θέλουν να επενδύσουν στην επιχείρηση τους»*.

1244 Επισημαίνεται ότι κατά βάσιν, με τη μεγαλύτερη συχνότητα «επιχορηγείται» από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η κατασκευή ή βελτίωση αποθηκευτικών χώρων από τους ιδιοκτήτες χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Ακολούθως παρατίθενται σχετικές περιπτώσεις που εντοπίστηκαν:

i)...... Η [...] δηλώνει το 2006: *«[ό]ταν πρωτοξεκίνησε την ιδιόκτητη αποθήκη* [...]*, το 1999, είχαμε λάβει εμπορεύματα αξίας περίπου* [...] *δρχ, με πίστωση περίπου* [...] *»*.

ii)..... Ο [...], το 2001, αφού επιβεβαιώνει την πιστωτική πολιτική των [...], συμπληρώνει: *«[β]οηθάει η εταιρία κατά περίπτωση τους χονδρεμπόρους όταν αυτοί κάνουν επενδύσεις π.χ. αυτοκινήτου αγορά, αποθήκη κλπ. δίνοντας πίστωση μεγαλύτερη (*[...]*). Η εταιρία έχει ένα πλαφόν […], το οποίο εάν το ξεπεράσει κανείς, η εταιρία μειώνει το χρόνο της επιταγής»*.

iii).... Σε εσωτερικά σημειώματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1390] συνταχθέντα κατά το 2002 αναφέρονται αντίστοιχα αιτήματα για παροχή οικονομικής βοήθειας, με τη μορφή πίστωσης, σε δύο πελάτες για κατασκευή νέων αποθηκευτικών χώρων. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση του πελάτη [...][1391] ζητείται [...]πίστωση για αγορά [...] κιβωτίων, ενώ για την εταιρία « [...]»[1392] το αίτημα αφορά σε πίστωση [...]για το ποσό των [...]. Τα δύο σημειώματα φέρουν υπογραφή από αρμόδιο προς έγκριση στέλεχος.

iv).... Ο [...], εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης « [...]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή [...], αναφέρει[1393] σχετικά: *«Μόνο κατά τη διάρκεια της ανέγερσης της νέας αποθήκης της επιχείρησης, το 2003, έλαβα πίστωση* [...] *για την αγορά εμπορευμάτων αξίας* [...]*δρχ»*[1394].

v)..... Σε εσωτερικό έγγραφο που εντοπίστηκε στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου[1395] και στο οποίο καταγράφονται οι ανά πελάτη «παρατάσεις επιταγών [...]» για

[1389] Το κείμενο της πρότασης είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από τον […]στον […].

[1390] Εσωτερικά σημειώματα που εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[1391] Εσωτερικό σημείωμα με ημερομηνία 29.04.2002.

[1392] Εσωτερικό σημείωμα με ημερομηνία 27.05.2002.

[1393] Βλ. σχετ. ένορκη κατάθεση του […] ενώπιον στελεχών της Ε.Α. την 03.08.2006.

[1394] Παρομοίως, σε ένορκη κατάθεση του […], η οποία έλαβε χώρα το 2007, γίνεται αναφορά (όχι ονομαστική) σε περίπτωση χονδρεμπόρου ο οποίος έλαβε δάνειο με τη μορφή μεγάλης πίστωσης, από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την ανέγερση νέας αποθήκης. Ο […].

[1395] Έγγραφο με ημερομηνία Σεπτεμβρίου 2004 που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 24.05.2006.

συγκεκριμένη εμπορική διεύθυνση [...], αναφέρεται παράταση [...] για τον πελάτη « [...]» με την αιτιολογία «ΑΠΟΘΗΚΗ».

vi) .... Επιπροσθέτως, σε εσωτερικά έγγραφα[1396] στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που συντάχθηκαν κατά την περίοδο των ετών 2003 - 2006, ζητείται η έγκριση αιτημάτων πελατών για χορήγηση οικονομικής βοήθειας εκ μέρους της εταιρίας με τη μορφή μεγαλύτερης πίστωσης, προκειμένου να διευκολυνθούν κυρίως στην υλοποίηση επέκτασης και βελτίωσης των αποθηκευτικών χώρων ή στην ανέγερση νέων εγκαταστάσεων αποθήκευσης και διανομής εμπορευμάτων ή στην ανανέωση του στόλου των φορτηγών διανομής. Στον Πίνακα 3 κατωτέρω παρουσιάζονται οι περιπτώσεις των αντίστοιχων αιτημάτων τα οποία προφανώς έγιναν δεκτά, καθώς φέρουν την υπογραφή του στελέχους της Διεύθυνσης Πωλήσεων προς τον οποίο απευθύνεται και που καλείται να τα εγκρίνει. Επίσης στον πίνακα περιλαμβάνεται για ενδεικτικούς λόγους η μικτή αξία πωλήσεων που πραγματοποίησε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προς τους συγκεκριμένους πελάτες το 2005 καθώς και το ποσοστό που αυτή καταλαμβάνει επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων προς χονδρεμπορικές επιχειρήσεις κατά το εν λόγω έτος. Διευκρινίζεται ότι στην πλειονότητα των περιπτώσεων […][1397]. Με τη χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης εκ μέρους της εταιρίας, οι εν λόγω χονδρεμπορικές επιχειρήσεις ουσιαστικά απέφυγαν το ενδεχόμενο κόστος αντίστοιχου δανεισμού από κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα.

Πίνακας 3

[...]

1245 Ενδεικτικά, από τις περιπτώσεις του ως άνω πίνακα, παρατίθεται απόσπασμα της από 24.07.2005 επιστολής της εταιρίας « […]» με έδρα […][1398] που περιλαμβάνεται στη λίστα των ανωτέρω επιχειρήσεων για τις οποίες προκύπτει ότι η καθ' ης χορήγησε μεγαλύτερη παροχή προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Στην ως άνω επιστολή της με την οποία η εταιρία ζητά ευνοϊκότερο χειρισμό, αναφέρει: «*Στην προσπάθειά μας για περαιτέρω ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό προβήκαμε σε αγορά αποθήκης* […]. *Είναι μία κίνηση που θεωρούμε ότι μπορεί να οδηγήσει την αγαστή συνεργασία μας σε υψηλότερη αποδοτικότητα. Πιστεύουμε ότι θα σταθείτε συνοδοιπόροι στην κίνησή μας αυτή, που βάσει της οικονομοτεχνικής μελέτης θα ξεπεράσει τις* […] *ευρώ. Θα εκτιμούσαμε πάρα πολύ μία πίστωση ύψους* […] *μέχρι […] του 2006*». Ομοίως, η χονδρεμπορική εταιρία « […]» που εδρεύει […][1399], σε επιστολή της ζήτησε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο της *«πολύ καλής και μακροχρόνιας συνεργασίας»* και κατόπιν προφορικής επαφής τους το καλοκαίρι του 2004, να τη στηρίξει στην προσπάθεια επίτευξης των στόχων της για ανάπτυξη χορηγώντας μεγαλύτερη πίστωση για το ποσό των […] σε προϊόντα ζύθου. Στην περίπτωση του από 15.06.2005 αιτήματος της « […] » ([…]) για πίστωση αγοράς

[1396] Τα συγκεκριμένα στοιχεία εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη.

[1397] Στην πλειονότητα των συγκεκριμένων περιπτώσεων οι εν λόγω πελάτες προμηθεύονται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και νερό.

[1398] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006.

[1399] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[…][1400], αναφέρεται ότι: «*Η συνεργασία μας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ξεκίνησε από το 1976 και συνεχίζεται άριστα μέχρι σήμερα. Κατά το χρονικό αυτό διάστημα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στάθηκε κάτι περισσότερο από "προμηθευτής" για μας, θα έλεγα καλύτερα πως ήταν συνεργάτης,* ***αρωγός σε μια κοινή προσπάθεια αποδοχής από μια δύσκολη και απαιτητική αγορά***». Ο […] στο από 16.07.2003 αιτημά του για πίστωση ύψους […] Ευρώ[1401] υπογραμμίζει ότι: «*Η οικονομική διευκόλυνση την οποία ζητούμε μας είναι απαραίτητη ώστε να συνεχίσουμε απρόσκοπτα την εμπορική μας σχέση με συνέπεια την* ***αμοιβαία ωφέλεια και των δύο μερών***». Επιπλέον, στο εγκριθέν αίτημα[1402] για την έγκριση χορήγησης πίστωσης ύψους […] για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής (συνολικού ύψους επένδυσης […]), που περιλαμβάνεται σε εσωτερικό σημείωμα της καθ' ης της 21.03.2005 σχετικά με τον πελάτη « […]»[1403], αναφέρεται: « […]». Ουσιαστικά δηλαδή πρόκειται για χορήγηση εμπορεύματος αξίας ίσης με το […] του κόστους κατασκευής / επέκτασης της υποδομής η αποπληρωμή της οποίας ξεκινά αργότερα […].

1246 Επιπλέον των ανωτέρω, κατά την έρευνα της Ε.Α. εντοπίστηκαν παρόμοια εσωτερικά σημειώματα και επιστολές συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που περιλαμβάνουν αντίστοιχα αιτήματα παράτασης των χορηγούμενων ημερών πίστωσης. Τα εν λόγω έγγραφα καλύπτουν το χρονικό διάστημα των ετών 1998 – 2009 (δεν προκύπτει η αποδοχή του σχετικού αιτήματος). Ακολούθως παρατίθενται οι σχετικές περιπτώσεις.

i) Επιστολή της χονδρεμπορικής επιχείρησης « [...]»[1404], του 1998 με αίτηση πίστωσης [...] περίπου για το ποσό των [...] δραχμών προκειμένου η Αθηναϊκή Ζυθοποιία να στηρίξει την προσπάθειά της για κατασκευή σύγχρονων αποθηκών με προϋπολογισθέν κόστος, τουλάχιστον, [...] δραχμών. Χαρακτηριστικά, στο κείμενο της επιστολής της, η εταιρία αναφέρει: *«[α]νταποδίδοντας, η εταιρεία μας θέτει ως στόχο τη μεγιστοποίηση των προσπαθειών μας για άριστη συνεργασία* ***σε όλους τους τομείς*** *μαζί σας* ***με στόχο την όσο το δυνατό μεγαλύτερη ποιοτική και ποσοτική βελτίωση των πωλήσεων […], θεωρώντας αυτονόητο ότι η χρήση των νεοαναγειρόμενων εγκαταστάσεων μετά την αποπεράτωση τους θα τεθεί στη διάθεση της συνεργασίας αυτής****»*.

ii) Παρόμοιο είναι και το αίτημα που θέτει το 2003 η χονδρεμπορική εταιρία « [...]»[1405] η οποία ζητά τη στήριξη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (για την προσεχή πενταετία) στην επενδυτική κίνηση ποσού [...] Ευρώ για την αγορά ιδιόκτητου χώρου με σκοπό την επέκταση των εργασιών της. Χαρακτηριστικά στο κείμενο της επιστολής αναφέρεται: *«Η πρόταση σχετικά με την* ***πενταετή υποστήριξή μας (έπειτα κι από την***

[1400] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[1401] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[1402] Η χονδρεμπορική επιχείρηση αναφέρει συγκεκριμένα ότι: « *[...]*». Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[1403] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη της 24.05.2006.

[1404] Επιστολή που έστειλε η χονδρεμπορική εταιρία «[…]» που εδρεύει […], στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, με ημερομηνία 22.09.1998. Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006.

[1405] Επιστολή της επιχείρησης εμπορίας ποτών και τροφίμων «[…]» της 08.07.2003 προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 24.05.2006.

"υπόσχεση" του κυρίου [...]*για βοήθεια και στήριξη των πρατηρίων) είναι η κάτωθι: Κατά τη διάρκεια του προσεχούς έτους θα προβούμε σε* ***δύο αγορές*** [...] ***κιβωτίων τα οποία θα εξοφλούνται μετά την παραλαβή τους με επιταγή της εταιρείας μας, έπειτα από […]****. […] Ο τρόπος αυτός θα βοηθήσει* ***την από κοινού επίτευξη των στόχων μας για ανάπτυξη των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ στην αγορά****».*

iii) Σε εσωτερικό σημείωμα[1406] με ημερομηνία 10.01.2003 προτείνεται η έγκριση χορήγησης πίστωσης στον πελάτη « [...], ύψους [...], προκειμένου για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής του. Ειδικότερα, προτείνεται η αποπληρωμή να γίνει ως ακολούθως: *«* [...]*»*. Σημειώνεται ότι η εν λόγω επιχείρηση, σύμφωνα με την υπ' αριθ. πρωτ. [...] υποβολή στοιχείων στην Ε.Α., εμφανίζεται να έχει σχεδόν αποκλειστική σχέση συνεργασίας στο προϊόν της μπίρας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά την περίοδο των ετών 2001 – 2008. Η εταιρία δηλώνει ως ποσοστιαία συμμετοχή των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο σύνολο της αξίας αγορών προϊόντων ζύθου [85-95]% για το έτος 2001, [85-95]% για τα έτη 2002 - 2003, που αυξάνεται σε [95-100]% για το έτος 2004 ([…]), [85-95]% για τα έτη 2005 – 2006, 92% για το έτος 2007 και [85-95]% για το έτος 2008.

iv) Σε εσωτερικό υπηρεσιακό σημείωμα με ημερομηνία 15.03.2004[1407] που αφορά στην έγκριση αιτήματος του πελάτη [...] για χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε σχέση με την πραγματοποίηση επένδυσης αξίας [...] (αγορά οικοπέδου και κατασκευή ιδιόκτητης αποθήκης), προτείνεται αρχική [...] πίστωση αξίας [...].

v) Σε εσωτερικό ενημερωτικό σημείωμα προτείνεται η έγκριση χορήγησης πίστωσης στη *«σταθερά ανοδική»* οικογενειακή επιχείρηση « [...]» που έχει προχωρήσει στην εξαγορά άλλων πρατηρίων αλλά και σε έργα υποδομής[1408]. Συγκεκριμένα *«προτείνεται η παράταση της επιταγής αξίας* [...] *ευρώ, με ημερομηνία εγγραφής* [...] *και λήξης* [...] *για τις* [...]*»*. Στο εν λόγω ενημερωτικό σημείωμα επισημαίνεται αναφορικά με το συγκεκριμένο πελάτη ότι *«*[...]*»*.

vi) Σύμφωνα με εσωτερικό υπηρεσιακό σημείωμα της 31.08.2005, ζητείται να εγκριθεί η χορήγηση οικονομικής βοήθειας, ύψους [...] στη χονδρεμπορική επιχείρηση [...][1409], με σταδιακή αποπληρωμή της αξίας των αγορών του που ολοκληρώνεται [...] αργότερα από την ημερομηνία του σημειώματος. Ως σκοπός της ενίσχυσης αναφέρεται η αγορά έτοιμης αποθήκης από την πλευρά του πελάτη.

vii) Παρομοίως, σε εσωτερικό σημείωμα με ημερομηνία 12.09.2005 ζητείται η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε αγορές ζύθου και νερού του πελάτη [...][1410], ύψους [...], λόγω της μεταφοράς των εγκαταστάσεων της επιχείρησής του. Η πίστωση στα προϊόντα μπίρας κυμαίνεται από [...].

[1406] Ηλεκτρονικό αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «ΕΙΔΙΚΗ ΠΙΣΤΩΣΗ.doc» που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[1407] Αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «[…]» που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1408] Αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «[…]» που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το αρχείο αφορά σε εσωτερικό ενημερωτικό σημείωμα που περιλαμβάνει επιχειρήσεις για τις οποίες προτείνεται η έγκριση χορήγησης παράτασης πίστωσης μεταξύ των οποίων είναι και η εν λόγω επιχείρηση, «[…]».

[1409] Αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «[…]» που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1410] Αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «Υπηρεσιακο […].doc» που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

viii) Σε εσωτερικό σημείωμα της καθ' ης με ημερομηνία 11.04.2006[1411] περιλαμβάνεται επιπλέον αίτημα χορήγησης μεγαλύτερης πίστωσης στον πελάτη [...] ύψους [...] (συμπεριλαμβανομένων και αγορών [...] σε νερό) ενόψει της μεταφοράς της επιχείρησής του σε νέες αποθήκες. Η πίστωση στα προϊόντα μπίρας κυμαίνεται από [...] περίπου.

1247 Πέραν των ανωτέρω, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης στο από 26.02.2014 υπόμνημά της αναφέρεται στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης του […] ο οποίος κατά τα λεγόμενά της *«το 2001 είπε ότι δεν μπορούσε να συνεργαστεί καθόλου με την ΖΜΘ καθώς η ΑΖ θα του χρηματοδοτούσε την νέα του αποθήκη»*. Ωστόσο σύμφωνα με την από 14.03.2014 προσθήκη – αντίκρουσή της ΑΖ επί του ως άνω υπομνήματος, […][1412]. Επιπλέον, η ΑΖ […][1413].

1248 Αντιστρόφως, στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]», η οποία κατέχει σημαντική θέση μεταξύ των αντίστοιχων πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε αγορές προϊόντων ζύθου, δεν έγιναν δεκτά τα αιτήματα που είχε θέσει στην καθ' ης για αύξηση του χρονικού περιθωρίου πίστωσης λόγω κατασκευής αποθήκης ή άλλης επένδυσης.

Εξασφάλιση συναλλαγών

1249 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζει εμπορικές πρακτικές όπως την επιβολή ανώτατου πιστωτικού ορίου αγορών (plafond) ή τη λήψη εμπράγματων εγγυήσεων εκ μέρους του πελάτη στο πλαίσιο της άσκησης πιστωτικής πολιτικής και περιορισμού του κινδύνου των συναλλαγών.

1250 Σύμφωνα με αναφορές, ωστόσο, της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης[1414], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιούσε την παροχή εγγυήσεων εκ μέρους των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων ως εργαλείο για την επίτευξη αποκλειστικότητας. Αναλυτικότερα, η εταιρία δήλωσε ότι: *«οι χονδρέμποροι έχουν αποκαλύψει στη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης το βασικό σκελετό της εμπορικής πολιτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία περιλάμβανε μεταξύ άλλων τα κάτωθι: Την αύξηση του πιστωτικού ορίου σε περίπτωση τήρησης αποκλειστικότητας, την παροχή εγγυήσεων/ασφαλειών σε περίπτωση μη τήρησης όρων αποκλειστικότητας (λευκές επιταγές για την διασφάλιση τήρησης πιστωτικών ορίων, μετακύλισης εκπτώσεων, υποθήκες κα). Το περιεχόμενο των όρων εμπορικής συνεργασίας με τον κάθε χονδρέμπορο μεταβαλλόταν σε περίπτωση εφαρμογής όρου αποκλειστικότητας, ειδικά ως προς τη συχνότητα και τα ποσά για τα οποία οι λευκές επιταγές εμφανίζονταν προς πληρωμή»*.

1251 Τα ευρήματα της έρευνας αναφορικά με τις διάφορες μορφές λήψης εγγυήσεων εκ μέρους της δεσπόζουσας εταιρίας και τη χρησιμοποίησή τους ως μοχλό πίεσης των χονδρεμπόρων παρατίθενται εν συνεχεία.

α) Πιστωτικό όριο αγορών (πλαφόν)

1252 Σύμφωνα με το […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […] [1415], σε σχέση με τον καθορισμό του **πιστωτικού**

[1411] Αρχείο με ονομασία αποθήκευσης «ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΟ ΑΠΟΘΗΚΗ […].doc» που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1412] Βλ. […].

[1413] Βλ. […].

[1414] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.11.12 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1415] Με βάση απαντήσεις που δόθηκαν στις 21.07.2008 σε ερωτηματολόγιο της Ε.Α. υποβληθέν στο πλαίσιο της

ορίου ανά πελάτη: « […]»[1416].

1253 Στο προαναφερθέν εσωτερικό έγγραφο της εταιρίας με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής»[1417] αναφέρεται σχετικά με την ανάγκη επιβολής πλαφόν στις αγορές των πελατών: « […]».

β) Εμπράγματες ασφάλειες (προσημειώσεις ακινήτων) σε βάρος ακινήτων ιδιοκτησίας χονδρεμπόρων ως τρόπος δέσμευσης των πελατών της ΑΖ

1254 Η προσημείωση ακίνητης περιουσίας πελατών ή η λήψη εγγυητικής επιστολής χρησιμοποιείται κατ' αρχήν ως μέσο εξασφάλισης των συναλλαγών[1418]. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει ως πολιτική την προσημείωση ακινήτου ή τη λήψη εγγυητικής επιστολής τραπέζης, τουλάχιστον για κάποιους πελάτες. Ο […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […], απαντώντας κατά το 2008 σε ερώτημα που του υπεβλήθη από στελέχη της Ε.Α.[1419], αναφέρει ότι: « […] και επισημαίνει: […]».

1255 Ωστόσο, κατά την άποψη, μεταξύ άλλων, της […], η πρακτική της λήψης εγγυήσεων με τη μορφή προσημειώσεων είναι ένας παράγοντας δέσμευσης των χονδρεμπορικών πελατών με την καθ' ης. Ειδικότερα, το 2012, ο […] επισημαίνει ότι: *«Οι πελάτες είναι "δεμένοι" στη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω προσημειώσεων στις οποίες έχει προβεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία (στο 90% των μεγάλων πελατών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων έχουν προσημειωθεί από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακίνητα)»*.

1256 Σύμφωνα, δε, με την καταγγέλλουσα[1420], η καθ' ης συστηματικά απαιτούσε και κατάφερνε να εγγράφονται προσημειώσεις υποθηκών σε βάρος είτε επιχειρηματικών ακινήτων είτε προσωπικών ακινήτων των φορέων των πελατών της ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του '90, την οποία και συνέχισε και την επόμενη δεκαετία. Η Μύθος αναφέρει ότι τα εν λόγω βάρη συνήθως είχαν ως λόγο την εξασφάλιση «παρουσών ή μελλοντικών» οφειλών προς την καθ' ης από την εν γένει «εμπορική συνεργασία» τους (δηλαδή «ανοιχτές» εξασφαλίσεις και όχι για την κάλυψη συγκεκριμένης οφειλής ή ρύθμισης αποπληρωμής χρέους) και ότι η υποθηκική τάξη των εν λόγω βαρών είναι συχνά πρώτη ή ακολουθεί βάρη που έχουν γραφεί υπέρ άλλων κυρίαρχων παικτών στον ευρύτερο τομέα των ποτών και αναψυκτικών. Η καταγγέλλουσα αναφέρεται στις ακόλουθες περιπτώσεϲι όπως προκύπτουν από τα βιβλία των υποθηκοφυλακείων:

διενέργειας επιτόπιου ελέγχου.

[1416] Σημειώνεται ότι σε μήνυμα ηλεκτρονικής επικοινωνίας το οποίο περιλαμβάνει τα πιστωτικά όρια των πελατών για το έτος 2003, αναφέρεται ότι για τον καθορισμό του πιστωτικού ορίου λαμβάνεται υπόψη το […]. Πρόκειται για το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Στο κείμενο του ηλεκτρονικού μηνύματος επισυνάπτεται λίστα με τα […]. Το e-mail αποστέλλεται κατά την 22.03.2003 από […] προς τον […] και έχει θέμα «[…]».

[1417] Το έγγραφο είναι συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που λήφθηκαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 11.03.2005 και αποστέλλεται από τον […] στον […].

[1418] Στο προαναφερθέν έγγραφο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής», […].

[1419] Πρόκειται για απαντήσεις που δόθηκαν […].

[1420] Βλ. υπόμνημα Μύθος της 28.02.2014.

1. Περίπτωση της « [...]»: η ανωτέρω επιχείρηση αλλά και οι φορείς και κύριοι μέτοχοί της [...] έχουν παραχωρήσει συναινετικά προσημειώσεις υποθηκών για πολύ μεγάλα ποσά προς την καταγγελλόμενη το 2008 και 2009. Κατά τις εκτιμήσεις της Μύθος Ζυθοποιίας η εν λόγω επιχείρηση διακίνησε προϊόντα ζύθου της καθ΄ης σε ποσοστό […]% το 2012, ενώ τα προηγούμενα έτη η αντίστοιχη αναλογία ήταν ανώτερη του […]%.

2. Περίπτωση « [...]»: για την εν λόγω επιχείρηση αναφέρεται εγγραφή προσημείωσης υποθήκης υπέρ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στις 10.02.2010 για ποσό [...]€ επί 2 ακινήτων στο [...] ιδιοκτησίας [...].

3. Περίπτωση « [...]»: επί ακινήτου ιδιοκτησίας της ανωτέρω εταιρίας υπήρχε προσημείωση υπέρ «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» για ποσό [...] η οποία εξαλείφθηκε στις 30.05.2013. Κατά την εκτίμηση της Μύθος διακινούσε το 2012 [...] κιβώτια μπίρας από τα οποία το […]% αφορούσε σε προϊόντα της καθ’ ης.

4. Περίπτωση « [...]»: για την εν λόγω επιχείρηση αναφέρεται εγγραφή υποθήκης υπέρ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, κατά των 1) [...] και 2) [...] α) ποσού [...], για κάλυψη του υπ’ αριθ. […] ιδιωτικού συμφωνητικού και β) ποσού [...], για κάλυψη του υπ’ αριθμ. […] ιδιωτικού συμφωνητικού. Κατά τη Μύθος Ζυθοποιία, η « [...]» διακίνησε το 2013 στη Θεσπρωτία γύρω στα [...] κιβώτια μπίρας εκ των οποίων περίπου […]% αφορούσε σε προϊόντα της καθ’ ης.

5. Περίπτωση « […]»: για την εν λόγω επιχείρηση αναφέρεται προσημείωση υποθήκης δυνάμει της με αριθμό [...]/2000 απόφασης του Μονομελούς Πρωτοδικείου Θεσσαλονίκης (Διαδικασία Ασφαλιστικών Μέτρων), για ποσό [...] υπέρ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, σε βάρος του [...], για οφειλή του από αγορά μπύρας ποσού [...] Κατά την εκτίμηση της καταγγέλλουσας η εν λόγω εταιρία διακίνησε το 2013 στην Πιερία γύρω στα [...] κιβώτια μπίρας εκ των οποίων ποσοστό περίπου […]% αφορούσε σε προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

6. Περίπτωση [...]: έναντι της εν λόγω επιχείρησης αναφέρεται ότι είχαν εγγραφεί ποσά προσημείωσης υποθήκης υπέρ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε βάρος διαφόρων ακινήτων. Ο [...] διακίνησε κατά τις εκτιμήσεις της Μύθος το 2013 [...] κιβώτια μπύρας με τα προϊόντα της καθ' ης να αντιπροσωπεύουν πάνω από το […]% του πιο πάνω συνολικού όγκου.

7. Περίπτωση […],: για τη συγκεκριμένη επιχείρηση αναφέρεται προσημείωση υπέρ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για […]. από το 1993 σε δύο αγροτεμάχια. Κατά τις εκτιμήσεις της καταγγέλλουσας, ο εν λόγω επιχειρηματίας διακίνησε το 2013 [...] κιβώτια μπίρας με τα προϊόντα της καθ' ης να αντιπροσωπεύουν πάνω από το […]% του πιο πάνω συνολικού όγκου.

1257 Κατά τη Μύθος, οι ανωτέρω περιπτώσεις είναι ένας εντελώς ενδεικτικός αριθμός της εφαρμογής της πρακτικής της δέσμευσης των πιο σημαντικών χονδρεμπόρων σε διάφορές περιοχές με εμπράγματα βάρη επί ακινήτων ιδιοκτησίας των επιχειρήσεων τους ή των φορέων, διαχειριστών και διοικητών των επιχειρήσεων αυτών. Η Μύθος καταλήγει ότι από τα εν λόγω παραδείγματα που καλύπτουν χρονικά μια περίοδο σχεδόν 20 ετών προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα: α) Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αποκτά εξασφαλίσεις κυρίως σε ακίνητα ιδιοκτησίας των φορέων των επιχειρήσεων αντί σε ακίνητα ιδιοκτησίας των ίδιων των επιχειρήσεων, β) οι προσημειώσεις παραχωρήθηκαν «συναινετικά» και αφορούν σε ασφάλεια μελλοντικών πιστώσεων και όχι συγκεκριμένων οφειλών, γ) στις περισσότερες από τις ανωτέρω περιπτώσεις η εγγραφή έχει λάβει χώρα στις αρχές και στα μέσα της δεκαετίας του 90

και διατηρούνται μέχρι σήμερα (20 χρόνια μετά), δ) σε όλες τις περιπτώσεις οι χονδρέμποροι αυτοί διακινούν κυρίως αν όχι αποκλειστικά προϊόντα της καταγγελλόμενης. Κατά την καταγγέλλουσα, με αυτό τον τρόπο η καταγγελλόμενη επιτυγχάνει να διατηρήσει τη δέσμευση των εμπόρων αυτών και να μπορεί να ελέγχει ανά πάσα στιγμή την «πίστη» τους διατηρώντας επί έτη και χωρίς καμία εμπορική λογική βάρη στα ιδιωτικά τους ακίνητα (συνήθως κατοικίες ή πατρικά με τα οποία υφίσταται πέρα από οικονομικοί και συναισθηματικοί δεσμοί) ως έμμεσο τρόπο συμμόρφωσης με την απαίτηση για αποκλειστικότητα ή οιονεί αποκλειστικότητα στη διακίνηση των προϊόντων της καταγγελλόμενης. Τέλος, η καταγγέλλουσα επισημαίνει σχετικά ότι η πρακτική αυτή, η οποία ειδικά στο παρελθόν αποτελούσε μια ιδιαίτερα διαδεδομένη για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία πρακτική, και την οποία η εταιρία συνεχίζει να χρησιμοποιεί, έχει ως αποτέλεσμα τη δέσμευση των εμπόρων χονδρικής πώλησης κυρίως στην τήρηση της αποκλειστικής προμήθειας από την καταγγελλόμενη και εν συνεχεία διάθεσης των προϊόντων της στα τελικά σημεία καθώς σε περίπτωση «παρασπονδίας» (ήτοι προώθησης προϊόντων του ανταγωνισμού) εκ μέρους των χονδρεμπόρων να υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος επέλευσης δυσμενών οικονομικών συνεπειών στις επιχειρήσεις τους ή στην ατομική περιουσία των φορέων τους (επί νομικών προσώπων ιδίως εταιριών κεφαλαιουχικής μορφής) όπως π.χ. ρευστοποίηση ακίνητης περιουσίας, σφράγιση επιταγών κ.λπ.

1258 Ωστόσο σε αντίκρουση των ανωτέρω[1421], η ΑΖ αναφέρεται *«όλως ενδεικτικά»* στις πέντε πρώτες περιπτώσεις εκ των ως άνω παρατεθέντων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων.

1259 Αναφορικά με την εταιρία « […]» έναντι της οποίας η ΑΖ έχει εγγράψει προσημείωση αξίας €[…] η καθ' ης αναφέρει: *«Η εταιρεία* […] *έχει τρέχον ανεξόφλητο υπόλοιπο προς την ΑΖ Ευρώ* […]. *Όπως δε προκύπτει και από τα αναφερόμενα από τη ΜΥΘΟΣ στοιχεία έχει διάφορα ενυπόθηκα χρέη, πολλαπλάσιου ύψους από αυτά προς την ΑΖ, έναντι πολλών πιστωτών, περιλαμβανομένης της ΜΥΘΟΣ η οποία μάλιστα έχει εγγράψει προσημείωση υποθήκης σε πέντε (5) ακίνητα του συγκεκριμένου χονδρεμπόρου»*.

1260 Για την εταιρία « […]» έναντι της οποίας υπήρξε εγγραφή προσημείωσης αξίας €[…] η εταιρία διευκρινίζει: «Η εταιρεία […] έχει τρέχον ανεξόφλητο υπόλοιπο προς την ΑΖ Ευρώ […]. Συνεπώς, δεν είναι σαφές για ποιον λόγο θεωρείται «υπερβολική» ή «καταχρηστική» η εγγραφή προσημείωσης υποθήκης για […]χρέος έναντι της ΑΖ».

1261 «Η εταιρεία […]: όπως αναφέρει η ΜΥΘΟΣ, έχει ήδη γίνει η εξάλειψη της προσημείωσης, είναι άξιο απορίας δε για ποιο λόγο αναφέρεται η εν λόγω προσημείωση. Το γεγονός ότι η εξάλειψη έλαβε χώρα το 2013 ενώ η απόφαση δημοσιεύθηκε το 2010 ασφαλώς δεν είναι κάτι που μπορεί να καταλογιστεί εις βάρος της ΑΖ, καθώς προφανώς ο οφειλέτης δεν προέβη νωρίτερα στις απαιτούμενες ενέργειες για την εξάλειψη. Σημειωτέον ότι ο εν λόγω χονδρέμπορος έχει τρέχον ανεξόφλητο υπόλοιπο Ευρώ […]». Επισημαίνεται πάντως ότι σύμφωνα με στοιχεία που η ίδια η καθ' ης προσκόμισε έναντι της εν λόγω χονδρεμπορικής επιχείρησης η καθ' ης εμφανίζεται να διατηρεί εγγραφή προσημείωσης αξίας €[…].

1262 Για την επιχείρηση « […]» με την οποία η καθ' ης έχει εγγράψει προσημείωση ύψους €[…],

[1421] Βλ. σχετ. την από 14.3.2014 προσθήκη – αντίκρουση της ΑΖ επί του υπομνήματος της καταγγέλλουσας, παρ. 50 επ.

επισημαίνει: «[Η] προσημείωση έχει εγγραφεί επί αγροτεμαχίου συνολικής επιφάνειας […] περίπου στην περιοχή […]. Το τρέχον ανεξόφλητο υπόλοιπο της εν λόγω εταιρείας ανέρχεται σε Ευρώ […]».

1263 Σχετικά με την « […]» η καθ' ης αναφέρει ότι: «[π]ροσημείωση έχει εγγραφεί σε ποσοστό 1/8 εξ αδιαιρέτου διώροφου παλαιού κτίσματος. Το τρέχον ανεξόφλητο υπόλοιπο της εν λόγω εταιρείας ανέρχεται σε Ευρώ […] και συνεπώς δεν προκύπτει για ποιον λόγο δεν είναι «εύλογη» η εγγραφή προσημείωσης υποθήκης εκ μέρους της ΑΖ για την κάλυψη του χρέους αυτού». Σημειώνεται ωστόσο ότι στα στοιχεία προσημειώσεων πελατών […][1422] δεν περιλαμβάνει τα σχετικά στοιχεία (δεν περιλαμβάνεται εγγραφή για τη συγκεκριμένη χονδρεμπορική επιχείρηση).

1264 Περαιτέρω, η ΑΖ αρνείται ότι προέβαινε σε προσημείωση ακινήτου του φυσικού φορέα της χονδρεμπορικής επιχείρησης επειδή δήθεν αποσκοπούσε στην "άσκηση πιέσεων" στα φυσικά πρόσωπα των επιχειρηματιών και επισημαίνει αναφορικά με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας. *ότι προέβαινε σε προσημειώσεις ακινήτων φυσικών προσώπων (ιδιοκτητών επιχειρήσεων) μόνον σε περιπτώσεις που δεν υπήρχε ακίνητη περιουσία στο όνομα της ίδιας της επιχείρησης, σύμφωνα με την δήλωση της ίδιας της επιχείρησης, ή είχε ήδη παραχωρηθεί εμπράγματο βάρος σε τράπεζες ή/και άλλες επιχειρήσεις*. Επιπλέον, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι ο λόγος για τον οποίο παραμένουν συγκεκριμένες *«ελάχιστες»* όπως αναφέρει προσημειώσεις είναι το γεγονός ότι οι εν λόγω επιχειρήσεις εξακολουθούν να έχουν μεγάλες οφειλές έναντι της ΑΖ, χωρίς, ωστόσο, να εξηγεί προς τι αυτή η μείωση σε σχέση με την προηγηθείσα επίμαχη περίοδο. Η καθ' ης ισχυρίζεται ότι η ίδια *επιλέγει να μην προβαίνει σε διαδικασίες αναγκαστικής εκτέλεσης εις βάρος των οφειλετών-χονδρεμπόρων, τόσο για λόγους επιείκειας, όσο και επειδή το κόστος και ο χρόνος που συνεπάγονται οι διαδικασίες αυτές τις καθιστούν ασύμφορες και σε πολλές περιπτώσεις δεν εξυπηρετούν καν τους σκοπούς εισπράξεως. Επιπλέον, η ΑΖ αναφέρει ότι οιοσδήποτε εκ των οφειλετών θα μπορούσε να επιτύχει την άρση της προσημείωσης με δικαστική απόφαση, εάν τυχόν η ΑΖ παρανόμως δεν συναινούσε στην ανάκληση της σχετικής απόφασης εγγραφής, πράγμα όμως που δεν έχει συμβεί έως σήμερα και ότι ιδίως τα τελευταία χρόνια οι περισσότεροι εκ των οφειλετών επιδιώκουν να παραμένουν εγγεγραμμένα παλαιά βάρη στα ακίνητά τους, προκειμένου αυτά να μην επιβαρυνθούν περαιτέρω από νέους δανειστές τους*. Οι ισχυρισμοί αυτοί, και αν ήθελε γίνουν δεκτοί, δεν μπορούν να αναιρέσουν το γεγονός ότι η και μόνο η εγγραφή της προσημείωσης συνιστά βάρος βάσει του οποίου μπορεί να ασκείται πίεση στον πελάτη.

1265 Κατά την κρίση της Επιτροπής, δεδομένου ότι ο ρόλος της εγγύησης είναι η κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου που δημιουργείται από τις αγορές του πελάτη, η αξία της ληφθείσας εγγύησης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας θα αναμενόταν να συνδέεται με την ασφαλιζόμενη απαίτηση / την οφειλή του πελάτη. Ωστόσο, από την έρευνα που διεξήγαγε η Υπηρεσία, δεν προέκυψαν στοιχεία που να καταδεικνύουν οποιαδήποτε αναλογική σχέση μεταξύ της απαίτησης (και άρα του βαθμού κινδύνου) από τη συνεργαζόμενη χονδρεμπορική επιχείρηση και του μεγέθους της εγγύησης που έχει ληφθεί από την εταιρία ζύθου έναντι της κάλυψης της εν λόγω απαίτησης.

1266 Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, σε καταστάσεις εγγυήσεων πελατών της Αθηναϊκής

[1422] […].

Ζυθοποιίας[1423] καταγράφεται το ποσό της προσημείωσης ακινήτου ή της εγγυητικής επιστολής τραπέζης για ορισμένο αριθμό συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Κατά την εξέταση των προσημειώσεων, για τη διερεύνηση της σχέσης μεταξύ του ύψους της προσημείωσης και της ασφαλιζόμενης απαίτησης καταρτίστηκε, με βάση τα στοιχεία των ανωτέρω καταστάσεων, ο Πίνακας 4 στο Παράρτημα 2. Τα στοιχεία του συγκεκριμένου πίνακα απεικονίζουν το είδος της ληφθείσας εγγύησης, το ποσό αυτής καθώς και το ποσοστό κάλυψης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, όπως έχουν στα τέλη του έτους 2005, με δεδομένο ότι οι καταστάσεις με τις αντίστοιχες αξίες κοινοποιούνται στο τέλος του 2005 / αρχές του 2006. Ως ποσοστό κάλυψης έχει ληφθεί, όλως ενδεικτικά, αφενός:

α) ο λόγος του ποσού της εγγύησης προς την πραγματοποιηθείσα καθαρή αξία πωλήσεων (ήτοι τη μικτή αξία πωλήσεων προς τον πελάτη μειωμένη κατά το συνολικό ποσό των χορηγηθεισών εκπτώσεων)[1424] και αφετέρου

β) ο λόγος του ποσού της εγγύησης προς το χρεωστικό υπόλοιπο του πελάτη κατά την 31.12.2005 και 31.12.2006 αντίστοιχα[1425].

1267 Από το συγκεκριμένο πίνακα προκύπτει ότι υπάρχει μία ευρεία διαφοροποίηση ανά πελάτη ως προς τη σχέση της αξίας της εγγύησης επί της καθαρής αξίας πωλήσεων. Για το έτος 2005, στην πλειονότητα των περιπτώσεων η αξία της εγγύησης υπερκαλύπτει την αξία αγορών του πελάτη, ενώ υπάρχει ένα μεγάλο εύρος στα υπολογισμένα ποσοστά κάλυψης· σε πελάτες της καθ' ης στους οποίους αντιστοιχεί θετική αξία πωλήσεων, υπολογίζεται κατώτατο ποσοστό κάλυψης ίσο με […]% και ανώτατο ίσο με […]%, δηλαδή το ύψος της προσημείωσης μπορεί να είναι έως και […].

1268 Παρομοίως, η εξέταση των επιμέρους μεγεθών ποσοστιαίας κάλυψης σε σχέση με το χρεωστικό υπόλοιπο του πελάτη κατά την 31.12.2005, υποδεικνύει διαφοροποιημένη εικόνα μεταξύ των πελατών. […].

1.2. Άμεση ή έμμεση επιβολή εκπτώσεων στόχων πωλήσεων

1269 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ισχυρίζεται[1426] ότι δεν εφαρμόζει κλίμακα εκπτώσεων με βάση συγκεκριμένους στόχους πωλήσεων[1427]. Σύμφωνα με στοιχεία που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο της έρευνας της Υπηρεσίας

[1423] Καταστάσεις συνημμένες σε μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) μεταξύ στελεχών της καθ' ης που εντοπίστηκαν κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που λήφθηκαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Πρόκειται για τα μηνύματα: […].

[1424] Με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.2007 υποβολή στοιχείων της καθ' ης.

[1425] Με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.2007 υποβολή στοιχείων της καθ'ης. Τα ως άνω συγκριτικά μεγέθη, ήτοι η καθαρή αξία πωλήσεων και το χρεωστικό υπόλοιπο του πελάτη κρίθηκε ότι παρέχουν βάσει του συνόλου των διαθέσιμων στοιχείων μία ενδεικτική εικόνα του πιστοληπτικού κινδύνου που δύναται να εγείρει η συνεργασία τους με την καθ' ης. Η ετήσια καθαρή αξία πωλήσεων χρησιμεύει ως ένδειξη για το μέγεθος της συνολικής ετήσιας απαίτησης που αναμένεται να δημιουργήσει ο πελάτης έναντι της προμηθεύτριας εταιρίας, ενώ το χρεωστικό του υπόλοιπο ενσωματώνει το χρέος που του αντιστοιχεί κατά τη δεδομένη χρονική στιγμή, ήτοι στο τέλος του έτους. Επελέγησαν ως έτη αναφοράς τα έτη 2005 και 2006 με βάση την περίοδο στην οποία αναφέρονται οι εν λόγω καταστάσεις εγγυήσεων.

[1426] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων.

[1427] Ορισμένοι χονδρέμποροι στους οποίους κατά δήλωσή τους δεν εφαρμόζονταν αντίστοιχες πρακτικές αναφέρουν ειδικότερα τα ακόλουθα: α) Το 2001 ο […] εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» με έδρα στην Αθήνα επισημαίνει *«[σ]ε*

σε 44 χονδρεμπορικές επιχειρήσεις[1428], η πρακτική της επιβολής στόχου έναντι εκπτώσεων ή άλλης αντιπαροχής έχει εφαρμοσθεί από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε ορισμένες περιπτώσεις.

1270 Σε εσωτερικό έγγραφο - καταγραφή πρακτικών συνάντησης μεταξύ στελεχών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία έλαβε χώρα την 07.03.2005, με θέμα « […]»[1429] η εφαρμοζόμενη πρακτική της καθ' ης περιγράφεται ως ακολούθως: « […].

1271 Συναφώς, ενδεικτικά αναφέρεται ότι σε δύο έγγραφα που συλλέχθηκαν στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου του 2006 και έχουν τίτλο: «ΠΛΑΝΟ ΕΠΙΣΚΕΨΗΣ ΣΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ», ως θέμα αναφέρονται οι «ΣΤΟΧΟΙ» που πρόκειται προφανώς να συζητηθούν μεταξύ των στελεχών της εταιρίας και του πελάτη[1430].

1272 Την εφαρμογή της πρακτικής θέσπισης στόχων πωλήσεων κατά τα προγενέστερα έτη, επισημαίνει ο […] ο οποίος αναφέρει ότι: *«στα έτη προ του 2005 υπήρχαν περιπτώσεις επιχειρήσεων, κυρίως χονδρεμπορικών, που* ***αρνούνταν να αγοράσουν ποσότητες από ανταγωνιστικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επιχειρήσεις, ποσοστιαία μεγαλύτερες του μεριδίου τους στην αγορά, επειδή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε θέσει στόχους πωλήσεων με αντάλλαγμα υψηλών παροχών τις οποίες θα διακινδύνευαν να χάσουν εάν δεν έπιαναν το στόχο****. Η ζημία συνίστατο στην απώλεια του συνολικού ύψους της παροχής που θα έδινε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την επίτευξη του στόχου. Μετά το 2005 και σίγουρα μετά το 2010 δεν έχω αντιμετωπίσει τέτοια πρακτική»*.

εμένα προσωπικά δεν είχε θέσει ποτέ στόχους η εταιρία». β) Η χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]», δραστηριοποιούμενη στ[…], η οποία πραγματοποίησε εργασίες το διάστημα […] (προμηθευόταν προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας μέσω χονδρεμπόρου), επισημαίνει αναφορικά με την τυχόν ύπαρξη στόχων: *«Όχι, διότι αν υπήρχαν αυτοί οι στόχοι από πλευράς Αθηναϊκής, λογικά θα τους επωμιζόταν ο αντιπρόσωπός τους»*. γ) Το 2007 ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας «[…]» […] επισημαίνει: *«Δεν υπάρχει σύστημα στοχοθέτησης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει μία* […] *πολιτική εκπτώσεων* […]. Ο […] εξάλλου επισημαίνει: *«Έτσι δεν δημιουργείται πρόβλημα στην αγορά, π.χ.* […]. *Η πολιτική της εταιρίας είναι* […]. *Οι επιθεωρητές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ελέγχουν τα προϊόντα να μην πωλούνται από τους χονδρεμπόρους σε τιμή* […] *από την τιμή αγοράς από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, δηλαδή* […] *Το* […] *έκπτωσης* […] *είναι* […]». Από τα λεγόμενα του επιχειρηματία διαφαίνεται μία πρακτική ελέγχου των τιμών μεταπώλησης από την καθ' ης. Από την εξέταση των στοιχείων που συλλέχθηκαν από την Ε.Α. δεν προκύπτουν ωστόσο ικανά στοιχεία ώστε να εξαχθεί ασφαλές συμπέρασμα ως προς την εφαρμογή της συγκεκριμένης πολιτικής. δ) Το ίδιο έτος ο […], ιδιοκτήτης της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» […] αναφέρει: «[…] [ΣτΣ: ενν. η Αθηναϊκή Ζυθοποιία] […]*αλλά άνευ στόχου, άνευ υποχρέωσης για τα κιβώτια»*. ε) Το 2009, ο […], Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της επιχείρησης «[…]», η οποία πραγματοποιεί σημαντικό όγκο αγορών προϊόντων ζύθου από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και προμηθεύει τελικά σημεία, κυρίως στις περιοχές της Αττικής και του Πειραιά, επισημαίνει ότι: *«Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν έχει θέσει ποτέ κιβωτιακό στόχο ή στόχο τζίρου»*. στ) Επίσης το 2009, ο […], νόμιμος εκπρόσωπος της εταιρίας «[…]» με έδρα […] αναφέρει: *«Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μέχρι* […] […]*έδινε* […]. *Αυτό χορηγούνταν* […]*, ανεξαρτήτως της ύπαρξης αύξησης στις παραγγελίες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Ακόμη και αν υπήρχε αύξηση στις παραγγελίες σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά δεν δινόταν κάποιο extra bonus»*. ζ) Το 2012, ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» με έδρα […] αναφέρει ότι *«δεν υπάρχει κανενός είδους στοχοθέτηση»* εκ μέρους της εν λόγω εταιρίας ζύθου.

[1428] Αναφορικά με τις επιχειρήσεις που ερευνήθηκαν, βλ. σχετικό κεφάλαιο «Έρευνα της Υπηρεσίας».

[1429] Το συγκεκριμένο έγγραφο έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο στο οποίο αναλύονται οι όροι της πιστωτικής πολιτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Πρόκειται για το εσωτερικό έγγραφο που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των γραφείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη το 2006. Σύμφωνα με το περιεχόμενο του σημειώματος, συμμετέχοντες στη συνάντηση ήταν οι: […].

[1430] Πρόκειται για ηλεκτρονικά έγγραφά που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Τα αρχεία είναι αποθηκευμένα με την ονομασία «[…]».

1273 Περαιτέρω, στην εφαρμογή πρακτικής στοχοθέτησης αναφέρεται και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1431], η οποία επισημαίνει τα ακόλουθα: *«εκ της πληροφόρησής μας μέσω των χονδρεμπόρων προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε ορισμένες περιπτώσεις έθετε στόχους η επίτευξη των οποίων οδηγούσε στην παροχή εκπτώσεων στους χονδρεμπόρους καθώς και ότι αυτοί οι στόχοι ήταν μηνιαίοι και καθορίζονταν βάσει των αγορών τους κατά τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους, προσαυξημένων κατά ένα ποσοστό. Ορισμένοι χονδρέμποροι μάλιστα έχουν παραπονεθεί ότι οι στόχοι ουσιαστικά ταυτίζονταν με το σύνολο των πωλήσεών τους»*[1432].

1274 Τα ανωτέρω επιβεβαιώνονται από τις μαρτυρίες πολλών από τις ερωτηθείσες χονδρεμπορικές εταιρίες δραστηριοποιούμενες σε διάφορες περιοχές της ελληνικής επικράτειας:

i) Σύμφωνα με την […] με έδρα […] *«υπήρχαν στοχοθετήσεις από το 2003 ενδεχομένως και από το 2001 έως σήμερα»*. Αναφορικά με τον τρόπο προσδιορισμού του *«επιθυμητού όγκου»* αναφέρει ότι περίοδος αναφοράς είναι το έτος και ο υπολογισμός του βασίζεται στις πωλήσεις προϊόντων ζύθου και μόνο, που έλαβαν χώρα κατά το προηγούμενο έτος, ενώ το ύψος του στόχου κρίνεται εκ μέρους της χονδρεμπόρου ως εφικτό. Συγκεκριμένα, η ίδια δηλώνει: « [...]». Περαιτέρω, η […] διευκρινίζει σχετικά με τις χορηγούμενες εκπτώσεις επίτευξης στόχου: *«Εκπτώσεις για επίτευξη στόχου δίνονταν* [...]. *Τις χρονιές που έπιανα τον στόχο, η έκπτωση που ελάμβανα αφορούσε το σύνολο των εμπορικών σημάτων ζύθου και μου εδίδετο για το σύνολο του τζίρου που είχα πραγματοποιήσει»*, ενώ επισημαίνει ότι το μέγεθος της έκπτωσης δεν μεταβάλλεται ανάλογα με τον αριθμό των διακινούμενων εκ μέρους της σημάτων της εταιρίας[1433]. Σε σχέση με το μέγεθος της έκπτωσης αναφέρει: « [...]».

ii) Ο […], εκπρόσωπος της επιχείρησης […] δραστηριοποιούμενης στ[…], στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου το 2007 επιβεβαιώνει την ύπαρξη στοχοθέτησης η οποία όπως αναφέρει, καθορίζεται *«μονομερώς»* και «*[κ]οινοποιείται συνήθως* [...]*και αφορά* [...]*συμφωνία»*. Σύμφωνα με τα λεγόμενά του, η έκπτωση για την επίτευξη στόχου αφορά συνήθως [...]. Η στοχοθέτηση κρίνεται ως *«πάντα υψηλή»* και *«ανοδική»*, ενώ είναι δύσκολο να προσδιορισθεί εκ των προτέρων. Επισημαίνει δε ότι οι χορηγούμενες εκπτώσεις είναι [...]. Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της χονδρεμπορικής επιχείρησης […]: *«Η τιμολογιακή πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εξαρτάται από την εκάστοτε αγοραστική συμπεριφορά του κάθε πελάτη της. Με τον όρο αγοραστική συμπεριφορά εννοούμε τον όγκο πωλήσεων της κάθε εταιρίας και την καλή θέληση του προμηθευτή στα όσα σχετίζονται με αυτήν»*.

iii) Παρομοίως, ο […], ιδιοκτήτης της χονδρεμπορικής επιχείρησης […] με έδρα τ[…], ερωτηθείς από στελέχη της Ε.Α. κατά το 2007, βεβαιώνει την πρακτική θέσπισης στόχων. Συγκεκριμένα, ο […] αναφέρει: *«Υπάρχει στοχοθέτηση, τίθεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε συνεννόηση με τον χονδρέμπορο, συνήθως με βάση το τζίρο του προηγούμενου έτους. Οι στόχοι είναι εφικτοί και συνήθως αποτελούν* [...] *κοινοποιείται. [...] Είναι εφικτή η στοχοθέτηση»*. Σε σχέση με τις εκπτώσεις που

[1431] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.12.12 υποβληθέν Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1432] Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρεται παράλληλα σε αναδρομικές εκπτώσεις πίστης ύψους […] *«υπό τον όρο της επίτευξης συγκεκριμένου στόχου αγορών. Ειδικότερα, η έκπτωση αυτή παρεχόταν επί των ετήσιων αγορών οι οποίες πραγματοποιούνταν εντός του χρόνου Ν εφόσον οι αγορές οι οποίες πραγματοποιούνταν κατά τον χρόνο Ν ήταν ίδιες με τις αγορές κατά το χρόνο Ν μείον ένα»*.

[1433] Αναλυτικότερα, η […] αναφέρει: *«Τις χρονιές που έπιανα τον στόχο, η έκπτωση που ελάμβανα αφορούσε το σύνολο των εμπορικών σημάτων ζύθου και μου εδίδετο για το σύνολο του τζίρου που είχα πραγματοποιήσει. Δεν θα ελάμβανα μεγαλύτερη έκπτωση αν προμηθευόμουν όλα τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και δεν τα διακινώ στην πράξη.* […].

χορηγούνται από την καθ' ης για την επίτευξη των στόχων, ο επιχειρηματίας διευκρινίζει ότι χορηγείται [...]. Σχολιάζοντας το μέγεθος των συγκεκριμένων εκπτώσεων, ο μάρτυρας τις χαρακτηρίζει ως [...]σε σχέση με άλλους προμηθευτές και προσθέτει: « [...]».

iv) Την ύπαρξη στόχων στη συνεργασία του με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επισημαίνει το 2007 και ο […], εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […]. Πιο αναλυτικά, ο […], απαντώντας σε σχετικό ερώτημα των στελεχών της Ε.Α. αναφέρει: *«Οι στόχοι είναι εφικτοί. Ανάλογα με τα κιβώτια παίρνεις και τα χρήματα σου»*, ενώ σχετικά με τον τρόπο που λαμβάνει χώρα η στοχοθέτηση διευκρινίζει: « [...]». Επιπλέον, επισημαίνει ότι οι στόχοι τίθενται βάσει των πωληθέντων κιβωτίων του προηγούμενου έτους και χαρακτηρίζει τη στοχοθέτηση ως «δίκαιη και εφικτή». Αναλύοντας τα ποσοστά των εκπτώσεων που χορηγούνται από την εταιρία ζύθου για την επίτευξη των στόχων αναφέρει ότι [...]. Διευκρινίζει δε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παρέχει [...][1434].

v) Αντίστοιχα ισχύουν και στην περίπτωση της εταιρίας […] με έδρα […], η οποία σε γραπτή υποβολή στοιχείων αναφέρεται στη χορήγηση έκπτωσης «επίτευξης στόχου» [...] (το ύψος της οποίας [...]). Πιο αναλυτικά, όπως η εταιρία «[…]» αναφέρει: *[...]»*.

1275 Σημειώνεται ότι οι επιχειρήσεις […] και […], αναγνωρίζουν τη θέση στόχων εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ωστόσο, δεδομένου ότι οι χορηγούμενες εκπτώσεις για την επίτευξη των στόχων ταυτίζονται με τις αντίστοιχες που προσφέρονται από την καθ' ης στο πλαίσιο της γενικότερης εμπορικής της πολιτικής […] δεν προκύπτει ότι εν προκειμένω χορηγείται ιδιαίτερο αντάλλαγμα από την ΑΖ για την επίτευξή τους.

1276 Η εταιρία «[…]» με έδρα […] κάνει μνεία σε πρόσθετες εκπτώσεις για την επίτευξη επιπλέον αγορών, πέραν της βασικής συμφωνίας και σε μέσω της χονδρεμπορικής επιχείρησης πριμοδότηση πελατών της καθ' ης: *«Επίσης, στο σύνολο των εκπτώσεων περιλαμβάνονται και τυχόν πρόσθετες εκπτώσεις οι οποίες λαμβάνονται πέραν της βασικής συμφωνίας μας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. για επιπλέον αγορές κατά την διάρκεια του έτους. Καθώς και για την προώθηση των προϊόντων σε πελάτες που οι ίδιοι θέλουν να πριμοδοτήσουν»*[1435].

1277 Ο […] της επιχείρησης « […]» η οποία διατηρούσε άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά τα έτη 1994 - 2002, σε ένορκη κατάθεση του αναφέρει: *«Τον πρώτο χρόνο της συνεργασίας δεν υπήρχε στοχοθέτηση. Το δεύτερο χρόνο η Αθηναϊκή έθεσε στόχο ποσότητας σε κιβώτια, με αντάλλαγμα καλύτερες παροχές, καλύτερη πίστωση και καλύτερη υποστήριξη στην αγορά. Ο στόχος υπολογιζόταν σε σχέση με τις αγορές της προηγούμενης χρονιάς. Ο στόχος αυτός δεν ήταν διαπραγματεύσιμος».* Αναφορικά με το ύψος της στοχοθέτησης, επισημαίνει: *«Ναι, ήταν πολύ υψηλή.* […]», ενώ προσδιορίζει το ποσό της έκπτωσης ως ακολούθως: *«Με την επίτευξη του στόχου μου απέδιδε* […]».

1278 Επιπλέον, σε […] επιχείρησης με διακριτικό τίτλο […] δραστηριοποιούμενης […], διευκρινίζεται: *«Υπήρχε στόχος με τη μορφή* […]*έκπτωσης, μέχρι το* […]. *Η εταιρία προσδιόριζε το συνολικό αριθμό κιβωτίων του στόχου, ο οποίος βασιζόταν στις πωλήσεις* […] *του προηγούμενου έτους,* […]. *Από το* […]*και μετά λαμβάναμε την έκπτωση* […]. *Η έκπτωση αυτή ήταν* […] *και ανέρχετο σε* […]».

[1434] Συγκεκριμένα, ο […] αναφέρει: «[…]».
[1435] Παρότι […].

1279 Ο […], εκ μέρους της επιχείρησης « […]», στην περιοχή […] το 2007 επιβεβαίωσε την πρακτική της στοχοθέτησης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: *«[ε]γώ δεν ήθελα στόχους σε κιβώτια, υπήρχε σαν πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αλλά στη δική μου συνεργασία εγώ είπα ότι για όσα κιβώτια πουλάω θέλω τόσο.* […].

1280 Πέραν των ανωτέρω και αναφορικά με πιο πρόσφατη περίοδο, ο […], στέλεχος πωλήσεων της Μύθος Ζυθοποιίας, αναφέρει[1436] ότι η ΑΖ χορήγησε στους χονδρεμπόρους […] και […] «έξτρα παροχή» με έκδοση τιμολογίου παροχής υπηρεσιών για την επίτευξη «στόχου κιβωτίων» κατά τη συνεργασία του 2013.

1.3. Απειλές και τιμωρητική συμπεριφορά εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης σε περίπτωση συνεργασίας του χονδρεμπόρου με ανταγωνιστή

1281 Με βάση τα συλλεχθέντα στοιχεία προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε ενέργειες πίεσης των συνεργαζόμενων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων με σκοπό, όπως αναφέρεται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, τον περιορισμό της διακίνησης ανταγωνιστικών εμπορικών σημάτων ή ακόμη και τον εκτοπισμό αυτών. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία καταρχήν ασκεί σε κάποιες περιπτώσεις πιέσεις στους πελάτες της, ζητώντας να περιορίσουν ή ακόμη και να σταματήσουν την εμπορία ανταγωνιστικών σημάτων[1437]. Στις περιπτώσεις αυτές η καθ’ ης στρέφεται κατά των προϊόντων ζύθου της Μύθος Ζυθοποιίας και κατά άλλων ανταγωνιστικών σημάτων. Πέραν των σχετικών αναφορών σύμφωνα με τις οποίες η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί ως μοχλό πίεσης το εύρος του χορηγούμενου περιθωρίου πίστωσης, εντοπίστηκαν και περιπτώσεις στις οποίες η εταιρία προς επίτευξη των σκοπών της προσφέρει ανταλλάγματα όπως χρηματικά ποσά ή την ανάθεση πωλήσεων σε τελικά σημεία.

1.3.1. Πιέσεις για περιορισμό ανταγωνιστικών σημάτων μέσω παροχής ανταλλαγμάτων

1282 Σε σχέση με καταχρηστικές πρακτικές αποκλεισμού της καθ' ης, υφίστανται πολλές αναφορές σύμφωνα με τις οποίες η καθ’ ης έχει χρησιμοποιήσει ως μοχλό πίεσης την προσφορά διάφορων παροχών σε περίπτωση διακοπής της συνεργασίας με ανταγωνιστικούς προμηθευτές ή αντίστοιχα τον κίνδυνο απόσυρσης παροχών εν είδει «αντιποίνων» για τη διακίνηση ανταγωνιστικών σημάτων, καθώς επίσης έχει προβεί σε προσφορές εξαγοράς των ανταγωνιστικών προϊόντων και παροχών.

α) Προτάσεις χρηματικών παροχών για διακοπή διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων

1283 Κατ' αρχάς, η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της αναφέρεται σε πρακτικές εξαγοράς αποθεμάτων ή διαφημιστικών παροχών που χορηγήθηκαν προκειμένου οι επιχειρήσεις να σταματήσουν τη διακίνηση των προϊόντων της καταγγέλλουσας. Συγκεκριμένα, η εταιρία αναφέρει: *«[σ]ε πολλές μάλιστα περιπτώσεις η ΑΘΗΝΑΪΚΗ φτάνει στο σημείο να ζητούν από τους πελάτες μας να καλύψουν πλήρως την*

[1436] Βλ. σχετ. Πρακτικά της ακροαματικής διαδικασίας που έλαβε χώρα την 24.03.2014, σελ. 102.

[1437] Πρβλ. και τη δήλωση του 2012, στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας ΕΑ, του […], Προέδρου και Διευθ. Συμβούλου της εταιρίας […] με έδρα […]: *«ακούγεται πως η ΑΖ δεδομένων: της αυξημένης ζήτησης για τη μπύρα Fix, της αναμενόμενης μειωμένης τουριστικής κίνησης (κατά τη διάρκεια της καλοκαιρινής σαιζόν) και της γενικότερης οικονομικής κρίσης, προβαίνει σε μία σειρά ενεργειών προκειμένου να διατηρήσει τη θέση της στην αγορά».*

αξία των προϊόντων μας που υπάρχουν στο στοκ τους, όπως επίσης και τις προωθητικές ενέργειες που έχουμε χορηγήσει (sticker έκπτωσης κλπ) μόνο και μόνο για να σταματήσουν να πωλούν τα δικά μας προϊόντα και να πωλούν αποκλειστικά τα προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ». Προς επίρρωση των ισχυρισμών της η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της παραθέτει τις ακόλουθες περιπτώσεις:

i)*«Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της εταιρείας* [...], *χονδρεμπόρου στ*[...] *όπου την επισκέφτηκαν πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ οι οποίοι, αφού είδαν ότι είχε προϊόντα ΜΥΘΟΣ (500 κιβώτια περίπου) της πρότειναν να της καλύψουν πλήρως την αξία των σχετικών προωθητικών ενεργειών (*[...], *αξίας […] δρχ περίπου) με μετρητά φτάνει να γυρίσει πίσω τα προϊόντα ΜΥΘΟΣ»* [1438].

ii)*«Όμοια περίπτωση αποτελεί και η πρόσφατη προσπάθεια των πωλητών της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ να "αποσπάσουν" τον πελάτη μας* [...] *χονδρέμπορο στ*[...] *προτείνοντας να του αποζημιώσουν το κέρδος που αποκτά από την πώληση των δικών μας προϊόντων υπό την προϋπόθεση της διακοπής της συνεργασίας με την Εταιρεία μας»* [1439].

iii)…. Επιπλέον, για την περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης του [...]στ[...], η Μύθος Ζυθοποιία αναφέρει: *«Του ζητήσανε να σταματήσει να συνεργάζεται μαζί μας και θα είχε αντάλλαγμα κέρδος […] δρχ.».*

1284 Παρομοίως, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης παραθέτει μεταξύ άλλων την αναφορά της « […]» σε σχέση με τη χορήγηση παροχών έναντι του αποκλεισμού (της παρεμπόδισης εισόδου) του σήματος «Βεργίνα» ή αντίστοιχα στη στέρηση αυτών σε αντίθετη περίπτωση[1440]: *«[σ]ύμφωνα με την […], την περίοδο 2008/2009 η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν προσέφερε κανένα επιπλέον όφελος τους χονδρεμπόρους οι οποίοι επέμεναν να διανέμουν Βεργίνα και δεν προσέφερε κανένα προωθητικό υλικό, επιπλέον οφέλη ή χορηγίες εκδηλώσεων στα Τελικά Σημεία Πώλησης τα οποία ήταν πελάτες χονδρεμπόρων που διακινούσαν Βεργίνα*[1441]*».*

1285 Επιπλέον, τον Αύγουστο του 2013, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κοινοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την Εξώδικη Δήλωση – Κλήση και Διαμαρτυρία της κατά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1442] στην οποία παραθέτει την από 29.07.2013 αναφορά του […], η οποία συντάχθηκε κατόπιν ενημέρωσης από τον πελάτη της, […]σχετικά με προσφορές που δέχθηκε από στελέχη της καθ' ης προκειμένου να σταματήσει να διακινεί ανταγωνιστικά προϊόντα[1443]. Ο […], υπογράφει την εν λόγω αναφορά στην

[1438] Στην καταγγελία επισυνάπτεται και εσωτερικό σημείωμα δήλωσης – αναφοράς, με ημερομηνία 15.06.2001, στο οποίο περιγράφεται το περιστατικό με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τ[…] της χονδρεμπορικής εταιρίας, […], και υπογράφεται από τους […], και […].

[1439] Το συγκεκριμένο περιστατικό αναφέρεται και στην προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 969 ένορκη κατάθεση […] η οποία προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματικής της καταγγελίας υποβολής στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1440] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 συμπληρωματικό υπόμνημα.

[1441] Και η εταιρία συνεχίζει: *«[σ]το πλαίσιο αυτό, η […]. δήλωσε ότι άρχισε να έχει προβλήματα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όταν άρχισε να διακινεί τα προϊόντα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης. Ακόμα και αν διακινούσε σε ποσοστό […] τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και σε ποσοστό […] τα προϊόντα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εξακολουθούσε να είναι ενοχλημένη καθώς ήθελε πλήρη αποκλειστικότητα».*

[1442] Πρόκειται για την υπ' αριθ. πρωτ. 6386/09.08.13 κοινοποίηση.

[1443] Η εταιρία αναφέρει: *«[μ]ε την παρούσα σας γνωστοποιούμε ότι η εταιρεία μας έλαβε προφορική και ενυπόγραφη καταγγελία […]αφού πληροφορήθηκε τηλεφωνικώς από τον […]τα όσα κατωτέρω αναφέρονται, συνέταξε τη σχετική αναφορά, η οποία εν συνεχεία υπεγράφη από τον […]καθώς και από τον […]».*

οποία καταγράφεται:

«[σ]ε τηλεφωνική μας επικοινωνία στις 25/7/13 με τον […] *μας ανέφερε ότι κλιμάκιο πέντε ατόμων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ΑΕ, με επικεφαλής* […]*, του έκαναν πρόταση για άμεση συνεργασία.*

Συγκεκριμένα του πρότειναν ότι θα του δώσουν […]*, με την προϋπόθεση ότι θα σταματήσει εντελώς να δουλεύει την μπύρα Μύθος και τα άλλα της προϊόντα που εμπορεύεται εδώ και χρόνια* […]*, και επιπλέον θα του δώσουν και* […].

Του πρότειναν επίσης σε περίπτωση που σταματήσει να δουλεύει και την μπύρα Βεργίνα της εταιρείας μας […]*, που την εμπορεύεται με μεγάλη επιτυχία από πέρσι, να του δώσουν και επιπλέον* […] *δεν διευκρίνισαν, απλά περιμένουν από αυτόν να τους πει ότι δέχεται και θα του το ανακοινώσουν τότε.*

Τέλος του πρότειναν εάν συνεργαστεί μαζί τους, ότι θα του δίνουν τιμή για το χαρτοκιβώτιο Άλφα […]*, και επιπλέον έκπτωση* […].

Αξίζει να σημειωθεί ότι η τιμή πώλησης της συσκευασίας Άλφα […]*, σε άλλους πελάτες μας είναι* […].

Επιπλέον μας ανέφερε ότι το ίδιο κλιμάκιο της Αθηναϊκής, πήγαν σε πελάτη του που έχει το εστιατόριο […]*, και του πρότειναν εάν "βγάλει" την μπύρα Μύθος σε φιάλη και το βαρέλι Βεργίνα από το μαγαζί του και τα αντικαταστήσει με Άλφα φιάλη και βαρέλι, θα του δώσουν* […]*»*.

Όπως ήδη έχει αναφερθεί, την ανωτέρω παρατεθείσα αναφορά υπογράφουν ο […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […]και ο εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης, […].

1286 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κοινοποίησε στην Ε.Α. την Εξώδικη Απάντηση – Κλήση και Διαμαρτυρία της έναντι της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης στην οποία αναφέρει:

«[μ]ε την παρούσα αποκρούουμε κατηγορηματικά τα όσα ανακριβή και εξόχως δυσφημιστικά αναφέρονται στην από 9 Αυγούστου 2013 εξώδικη δήλωση – κλήση και διαμαρτυρία και τη συνημμένη σε αυτή αναφορά της εταιρείας σας.

Αρνούμεθα παντελώς ότι ο […]*ή οποιοδήποτε άλλο στέλεχος της εταιρείας μας μετήλθε των πρακτικών που φέρονται να αποδίδονται στην εταιρεία μας με την ως άνω εξώδικη δήλωσή σας* […].

1287 Ο […], επίσης, κατά τα προεκτεθέντα, προσήλθε κατά τη διαδικασία και εξετάστηκε από την Επιτροπή Ανταγωνισμού ως εκπρόσωπος της εταιρίας « […]». Κατά τη συνεδρίαση (πρακτικά 14.04.2014), ο […], χονδρέμπορος […]που διακινεί τις μπίρες Mythos, […] και ΒΕΡΓΙΝΑ, δήλωσε ότι τον Ιούλιο του 2013, κλιμάκιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιία επισκέφθηκε (μεταξύ άλλων) πελάτες του. Στην περίπτωση του πελάτη του […] (τελικό σημείο « […]» στον παραθαλάσσιο οικισμό […]) του πρότειναν να του δίνουν […] με όρο να μην έχει πια τη «Βεργίνα», και να βάλει στη θέση της την μπίρα «Άλφα» (της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας). Επίσης δήλωσε, ότι η ΑΖ, από την ημέρα που διέκοψε την εμπορική του συνεργασία μαζί της, του έχει κάνει 6 προτάσεις και στις μισές από αυτές έθεταν ως προϋπόθεση να πάψει να διακινεί προϊόντα άλλων εταιριών και να δουλεύει μόνο τα δικά της προϊόντα.

1288 Εν συνεχεία, ο […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας παραδέχθηκε κατά την ακροαματική, ότι όντως πέντε υπάλληλοι της εν λόγω εταιρίας είχαν επισκεφθεί […]εκείνη την περίοδο προσπαθώντας να «πάρουν παραγγελίες» (και μάλιστα επισκέφθηκαν και το συγκεκριμένο τελικό σημείο («[…]), και πρότειναν στον επιχειρηματία αν θέλει να δουλέψει κάποια *άλλη* μπίρα (δεδομένου ότι «είναι *από τους λίγους που*

δεν διακινούν προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»), και εκείνος αρνήθηκε[1444]. Δήλωσε επίσης ότι οι μισές περίπου από τις παραγγελίες αυτές που πέτυχε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ([…]) ήταν σε τελικά σημεία που δεν διακινούσαν καθόλου τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

1289 Στο από 11.04.2014 υπόμνημά της, μεταξύ άλλων, η παρεμβαίνουσα Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, πέραν των όσων είχε αναφέρει με το από 31.03.2014 Υπόμνημά της επί του θέματος της προφορικής απειλής, εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, περί λήψης νομικών μέτρων κατά του […] κοινοποίησε στην Επιτροπή την άσκηση αγωγής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και υπαλλήλων της κατά του εν λόγω χονδρεμπόρου […] (πρόκειται για την αγαωγή που κατατέθηκε στις 21 Μαρτίου 2014 στο Μονομελές Πρωτοδικείο […]εναντίον του ως νόμιμου εκπροσώπου της εταιρίας « […]» με διακριτικό τίτλο « […]» και έδρα στην […], και επιδόθηκε σε αυτόν στις 8 Απριλίου 2014[1445]). Με αυτήν η Αθηναϊκή Ζυθοποιία και οι δύο προεκτεθέντες υπάλληλοί της, […], στρέφονται κατά του […], για υποτιθέμενη δυσφήμησή και προσβολή της προσωπικότητας τους, αιτούμενοι, μεταξύ των άλλων χρηματική ικανοποίηση ([…]) με βάση όσα ανέφερε προς την Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με την ως άνω αναφορά περιστατικού με ημερομηνία **29.7.2013** την οποία συνέταξε ο […]της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης […] και την οποία προσυπέγραψε ο […] (κοινοποιηθείσα από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού στις **9.8.2013** με την Εξώδικη Δήλωση-Κλήση και Διαμαρτυρία που απηύθυνε κατά της ΑΖ).

1290 Κατά τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, η σκοπιμότητα της εν λόγω αγωγής είναι ο εκφοβισμός του […], η εν λόγω αγωγή της ΑΖ και των υπαλλήλων της είναι μέρος μιας στοχευμένης πρακτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά του […] με σκοπό να τον εκφοβίσει ακριβώς πριν την μαρτυρική του κατάθεση στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την 14.04.2014, και, όπως προκύπτει από το περιεχόμενό της, είναι νόμω και ουσία αβάσιμη και αόριστη, και συνεπώς κακόπιστη αγωγή, η άσκησή της οποίας αποτελεί νέο περιστατικό κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης της ΑΖ (vexatious litigation).

1291 Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης τονίζει τη χρονική σύμπτωση και αλληλουχία του ιστορικού, και ιδιαίτερα ότι ενώ η Εξώδικη Δήλωση-Κλήση και Διαμαρτυρία της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης επιδόθηκε ήδη από τις 09.08.2013 στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία η αγωγή φέρεται ότι ολοκληρώθηκε στις 10.03.2014, ήτοι 8 μήνες μετά από τη γνώση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και των υπαλλήλων της. Ομοίως ότι η αγωγή αυτή κατατέθηκε μόλις στις 21.03.2014, μία ημέρα μετά την απόφαση της Επιτροπής ότι η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης έχει έννομο συμφέρον να παρασταθεί κατά την προφορική ακρόαση ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού και να εξετάσει τους μάρτυρές της. Περαιτέρω, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης τονίζει ότι η εν λόγω αγωγή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και των υπαλλήλων της, ενώ ορίστηκε ως δικάσιμος η 05.11.2015, εντούτοις επιδόθηκε στο […]στις 08.04.2014, μία μόλις μέρα δηλαδή αφότου ο […] κλητεύθηκε ως μάρτυρας από την Επιτροπή Ανταγωνισμού για να καταθέσει στην εν λόγω Ακροαματική Διαδικασία στις 14.04.2014.

1292 Τέλος, κατά την άποψη της Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, η αγωγή βρίθει από αντιφατικούς ισχυρισμούς ενώ περιέχει εμφανή στοιχεία ότι τα αναφερθέντα από τον […] πραγματικά περιστατικά

[1444] Πρακτικά 21ης Συνεδρίασης της 14.04.2014: «[…]».
[1445] Αριθμός κατάθεσης δικογράφου αγωγής 274/21.3.2014.

είναι αληθή (π.χ. επιβεβαίωση της επίσκεψης 5μελούς κλιμακίου της ΑΖ […]και ειδικότερα επίσκεψης στο […]και συζήτησης μαζί του επί 30 λεπτά). Επίσης, τα από την Αθηναϊκής Ζυθοποιίας υποτιθέμενα «ανακριβή» περιστατικά ότι i) δεν ήταν 5 αλλά 3 οι υπάλληλοι, ii) ότι οι θέσεις των […]στη ΑΖ αντεστράφησαν και ότι iii) δεν επισκέφτηκαν το εστιατόριο « […]», κατά τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης δεν αποδεικνύουν την αναλήθεια των λοιπών κρίσιμων περιστατικών. Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης μεταξύ άλλων σημειώνει ότι έστω και κατά λάθος αντεστραμμένες οι ιδιότητες των […], αυτές ήταν πραγματικές και ότι στην αγωγή ομολογείται ότι το κλιμάκιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας *«μετέβη* […]*, για προγραμματισμένη επίσκεψη σε χονδρεμπόρους, καταστήματα και συνεργάτες* […]*»* άρα αντιφάσκει με τον μεταγενέστερο ισχυρισμό της ότι επισκέφτηκε μόνο χονδρεμπόρους. Συνεπώς, κατά τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, τόσο η κατάθεση της αγωγής κατά τη συγκεκριμένη ημερομηνία όσο και η επίδοσή της στο […]ακριβώς μία μέρα μετά την κλήτευσή του αποτελεί καταχρηστική πρακτική από την πλευρά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

1293 Η ασκηθείσα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία αγωγή αυτή, την οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβάλλει προς αντίκρουση των ισχυρισμών του μάρτυρα [...] εναντίον της, κατά την άποψη της Επιτροπής, κατ΄αρχάς, δεν κρίνεται ότι περιέχει αφ' εαυτής ουσιαστικά στοιχεία αντίκρουσης των ισχυρισμών του [...]. Περαιτέρω, κρίνεται ότι δεν μπορεί να κλονίσει τη μαρτυρία του και προβάλλεται παρελκυστικά από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τους εξής λόγους επιπροσθέτως: Κατά την κρίση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, με συνεκτίμηση όλων των ανωτέρω και δη της μαρτυρίας του [...] και του περιεχομένου της ασκηθείσας από την ΑΖ και υπαλλήλους της ως άνω αγωγής, η ως άνω αγωγή, την οποία η ΑΖ άσκησε όψιμα και, όχι μόνο σε χρόνο που δεν μπορεί να θεωρηθεί μη ύποπτος, αλλά μάλιστα με σύνταξη της αγωγής στο χρονικό πλαίσιο της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ, οκτώ μήνες μετά από τη γνώση του εξωδίκου της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης από την Αθηναϊκή Ζυθοποία και τους υπαλλήλους της, και κατάθεσή της στις 21.03.2014, μία ημέρα μετά την απόφαση της Επιτροπής περί της ακρόασης της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης ως τρίτης, καθώς επίσης και με επίδοση της αγωγής στον εναγόμενο [...] στις 08.04.2014, μία μόλις μέρα δηλαδή αφότου ο [...] κλητεύθηκε ως μάρτυρας από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και λίγες ημέρες πριν την κατάθεσή του ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού στις 14.04.2014, μπορεί κάλλιστα να εντάσσεται στο πλαίσιο της προσπάθειας πίεσης και εκφοβισμού του μάρτυρα εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και απαξίωσης των λεγομένων του, και μάλιστα να αποσκοπεί στην αποθάρρυνση και άλλων ενδεχόμενων αντίστοιχων μαρτυριών.

1.4. Άλλες πιέσεις εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για περιορισμό ανταγωνιστικών σημάτων

1294 Σε σχέση με άλλες πιέσεις εκ μέρους της ΑΖ για περιορισμό ανταγωνιστικών σημάτων, όπως προαναφέρθηκε, σύμφωνα με αναφορές χονδρεμπορικών και άλλων επιχειρήσεων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει απαιτήσει τη διακοπή συνεργασίας με ανταγωνιστικά σήματα ή ασκεί πιέσεις προκειμένου να μην προωθείται η διακίνηση αυτών στην αγορά της επιτόπιας κατανάλωσης. Ακολούθως παρατίθενται συναφείς αναφορές τόσο από εκπροσώπους χονδρεμπορικών κυρίως επιχειρήσεων, πολλές εκ των οποίων επικεντρώνονται στην περίοδο κυκλοφορίας της μπίρας «Βεργίνα» στην αγορά, όσο και από ανταγωνίστριες της δεσπόζουσας εταιρίες παραγωγής και εμπορίας

προϊόντων ζύθου.

α) Αναφορές από εκπροσώπους επιχειρήσεων

- Κατάθεση […]

1295 Ο […], επιχειρηματίας δραστηριοποιούμενος στην εκμετάλλευση καταστημάτων τελικής κατανάλωσης (καφέ-μπαρ) στις περιοχές […][1446], στην ένορκη κατάθεσή του προς την Ε.Α. το 2006 επισημαίνει ότι το Σεπτέμβριο του 2000 ξεκίνησε να προμηθεύεται για πρώτη φορά μπίρα «Βεργίνα» στα καταστήματά του. Αφού διαπίστωσε ότι το προϊόν είχε ζήτηση, με την πάροδο 2 μηνών περίπου, ζήτησε από έξι χονδρεμπορικές εταιρίες να του προμηθεύσουν νέες ποσότητες από τη συγκεκριμένη μπίρα, έλαβε ωστόσο αρνητική απάντηση με επίκληση από αυτές πίεσης από την ΑΖ. Συγκεκριμένα, αναφέρει: *«[α]ρχικά τοποθέτησα τη ΒΕΡΓΙΝΑ σε [5-15] καταστήματά μου. Το προϊόν είχε ζήτηση και μετά την πρώτη κατανάλωση, περίπου 2 μήνες αργότερα, ζήτησα από τους χονδρεμπόρους μου να μου προμηθεύσουν και νέες ποσότητες ΒΕΡΓΙΝΑΣ. Εκείνοι αρνήθηκαν. Μου δήλωσαν ότι δεν διακινούν πλέον μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ γιατί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία τους άσκησε έντονες πιέσεις να σταματήσουν να την έχουν στις αποθήκες τους και να τη διακινούν. Συγκεκριμένα, ζήτησα να προμηθευτώ μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ και μου αρνήθηκαν για τους προαναφερόμενους λόγους οι κάτωθι χονδρέμποροι: […] και […]. […] Από το 2000 έως σήμερα, κανένας χονδρέμπορος δεν το διακινούσε στ[…]. Σήμερα το διακινεί μόνο η εταιρία "[…]»*. Σε ερωτήματα της Υπηρεσίας, οι επιχειρήσεις «[…]» και «[…]» δήλωσαν ότι ο λόγος που σταμάτησαν τη διακίνηση της μπύρας «Βεργίνα» συνίστατο στη μη ικανοποιητική πορεία των πωλήσεων του προϊόντος, και ότι δεν έχουν αρνηθεί την πώληση προϊόντων ζύθου ανταγωνιστικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε χώρους εστίασης ή σε άλλους χώρους λιανικής πώλησης[1447].

- Περίπτωση χονδρεμπόρου […]

1296 Την ίδια περίπου χρονική περίοδο (2000), η […] («[…]» στ[…]), αναφέρει ότι δέχθηκε, πιέσεις από στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σχετικά με τη διακίνηση της μπίρας «Βεργίνα» (βλ. ένορκη κατάθεσή της το 2006 ενώπιον στελεχών της Ε.Α.): *«Από την αρχή της συνεργασίας μας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπήρχε στενός, αλλά διακριτικός έλεγχος σχετικά με τα προϊόντα που υπήρχαν στην αποθήκη μας […] [τ]ον […] του 2000 […] [σ]ε επίσκεψη του επιθεωρητή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […], ο οποίος διαπίστωσε την ύπαρξη της ΒΕΡΓΙΝΑΣ στην αποθήκη μου, μου συνέστησε "να σέβομαι και να τιμώ τους ανθρώπους που με βοηθούν". Επειδή όμως υπήρχε η ζήτηση για τη ΒΕΡΓΙΝΑ, συνέχισα να διακινώ μικρές ποσότητες, όσο το δυνατό λιγότερο εμφανώς. Σημειώνω δε ότι δεν υπήρχε αντίστοιχη*

[1446] Ο […] διατηρεί την ατομική επιχείρηση «[…]» και συμμετέχει και σε άλλες εταιρίες ή ατομικές επιχειρήσεις. Συνολικά διαχειρίζεται […] καταστήματα, καφέ-μπαρ στην περιοχή της […]

[1447] Συγκεκριμένα, ο […] εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» δήλωσε σε στελέχη της Ε.Α. απαντώντας σε ερωτηματολόγιο που του υπεβλήθη στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου που έλαβε χώρα στην επιχείρηση κατά την 07.11.2007: *«[μ]ε την εταιρία Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης Α.Ε. διέκοψα τη συνεργασία μου πριν από περίπου 6 χρόνια καθώς δεν υπήρχε ζήτηση για τα προϊόντα (Μπύρα Βεργίνα) […] [ό]χι σε καμία περίπτωση δεν έχω αρνηθεί τη διάθεση προϊόντων ανταγωνιστριών εταιριών της ΑΖ σε χώρους εστίασης ή άλλα τελικά σημεία πώλησης»*. Παρομοίως, ο […], εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» σε απαντήσεις που έδωσε στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας της Ε.Α. την 08.11.2007, διευκρίνισε: *«Υπάρχει διακοπή με Βεργίνα και Φιξ λόγω αρνητικής διάθεσης του καταναλωτή με τα συγκεκριμένα σήματα»*, ενώ ισχυρίσθηκε ότι δεν προέβη σε άρνηση διάθεσης ανταγωνιστικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σημάτων σε χώρους εστίασης ή λιανικής πώλησης.

αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για κανένα άλλο από τα ανταγωνιστικά προϊόντα που διακινούσα[1448]*. Μετά την αντικατάσταση του […] από τον […] και σε επίσκεψη του τελευταίου, μου ζήτησε τις καρτέλες σχετικά με τη διακίνηση της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ. Τις καρτέλες αυτές τις παρακολουθούσε ο συγκεκριμένος επιθεωρητής σε κάθε επίσκεψή του, περίπου μία φορά το μήνα. Οι αντιδράσεις της Αθηναϊκής εντάθηκαν, όταν άρχισαν να τοποθετούνται βαρέλια της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ στα τελικά σημεία πώλησης, με τα οποία συνεργαζόμουν. Στη συνέχεια η Αθηναϊκή με πίεζε να πείσω τα σημεία αυτά να βγάλουν τα βαρέλια της ΒΕΡΓΙΝΑΣ, παρόλο που τόσο το ίδιο το κατάστημα όσο και εγώ ως χονδρέμπορος είχαμε μεγαλύτερο κέρδος από τη διακίνηση του προϊόντος σε βαρέλι. Σημειώνω δε ότι η Αθηναϊκή δεν είχε την πρόθεση να τοποθετήσει βαρέλια των δικών της εμπορικών σημάτων στα ίδια καταστήματα. Με την αντικατάσταση του […] από τον […], το 2003, η ενημέρωση για τη διακίνηση της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ συνεχίστηκε, αλλά μόνο προφορικά»*. Από την αναφορά της χονδρεμπόρου προκύπτει, πέραν της πρακτικής αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων, και ο έλεγχος τον οποίο ασκούν στην πράξη οι υπάλληλοι της δεσπόζουσας επιχείρησης στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις (και μέσω αυτών) στα τελικά σημεία.

- Περίπτωση χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]»

1297 Επιπλέον, ο […], διαχειριστής της επιχείρησης «[…]» με έδρα […], απαντώντας σε ερωτηματολόγιο που του υπεβλήθη το 2007 από στελέχη της Ε.Α., επισημαίνει ότι διαπίστωσε τον περιορισμό των εργασιών διανομής προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας όταν ξεκίνησε να διακινεί το εμπορικό σήμα «Βεργίνα». Αναλυτικότερα ο […] αναφέρει: *«[ό]ταν ξεκίνησε η μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ [...] έγινε κάποια επίσκεψη από τα στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας γιατί ανησύχησαν από τις μεγάλες πωλήσεις της "ΒΕΡΓΙΝΑ". Δεν μου είπαν ποτέ βέβαια να βγάλω τη "ΒΕΡΓΙΝΑ" από το μαγαζί μου, αλλά τέθηκε το ερώτημα γιατί την προωθώ*[1449]*. […] Βέβαια υπήρξε κάποια αλλαγή συμπεριφοράς από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία η οποία εγώ θεωρώ ότι σχετίζεται με τις πωλήσεις της ΒΕΡΓΙΝΑ. Επειδή διαθέτω φορτηγό μεταφορών και με αυτό έκανα μεταφορές προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ως αλλαγή συμπεριφοράς είδα τον περιορισμό των εργασιών αυτών»*[1450].

[1448] Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι η […] σε άλλο σημείο της κατάθεσής της διευκρινίζει: *«Μάλιστα μου έκανε ιδιαίτερη εντύπωση το γεγονός ότι κάποια στιγμή ο επιθεωρητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είδε πολύ μεγαλύτερη ποσότητα της μπύρας ΜΥΘΟΣ στην αποθήκη μου (10 παλέτες) και δεν αντέδρασε καθόλου. Το ίδιο συνέβαινε και για όλες τις άλλες μπύρες, εκτός από τη ΒΕΡΓΙΝΑ (Kaiser κλπ)»*.

[1449] Ο […] διευκρινίζει: *«[γ]ια τα άλλα σήματα μπύρας, όπως είναι ο ΜΥΘΟΣ και η ΚΑΙΖΕΡ, δεν υπήρχε η ίδια ανησυχία από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αυτό έγινε περίπου το 2000-2002»*. Επιπλέον, ο καταθέτων επισημαίνει ότι δεν υφίσταται συμφωνία αποκλειστικής προμήθειας προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς και ότι ουδέποτε η εν λόγω εταιρία είχε θέσει παρόμοιο όρο αποκλειστικότητας.

[1450] Στην περίπτωση του […] αναφέρεται στην ένορκη κατάθεσή του και […] της χονδρεμπορικής εταιρίας «[…]», […], ο οποίος, όπως ήδη έχει αναφερθεί, επισημαίνει ότι κατά την περίοδο της εμφάνισης της μπίρας «Βεργίνα», το 1998, υπήρξε φημολογία σύμφωνα με την οποία συνάδελφοι του υφίσταντο πιέσεις από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω της διακίνησης της συγκεκριμένης μάρκας. Αναλυτικότερα, ο […] διευκρινίζει: *«[Γ]νωρίζω ότι ο χονδρέμπορος [...], ο οποίος κατείχε, εκτός της εμπορικής δραστηριότητάς του και ένα φορτηγό Δημόσιας Χρήσης, το οποίο πραγματοποιούσε μεταφορές εμπορευμάτων για λογαριασμό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, απειλήθηκε ότι θα διακοπεί η συνεργασία μεταφοράς των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, επειδή διακινούσε προϊόντα της ΒΕΡΓΙΝΑΣ, κάτι που πραγματοποιήθηκε και κατόπιν αυτού το αυτοκίνητο αυτό πωλήθηκε και ο ίδιος περιήλθε σε άσχημη οικονομική κατάσταση. Επίσης ο χονδρέμπορος [...], που δραστηριοποιείτο στο [...], δέχτηκε αντίστοιχες πιέσεις, με αποτέλεσμα να περιέλθει σε δεινή οικονομική κατάσταση»*.

- Περίπτωση της […] «[...]***»***

1298 Ο […] χονδρεμπορική […] που δραστηριοποιείται στο νομό Ηρακλείου), στην ένορκη κατάθεσή του ενώπιον στελεχών της Ε.Α. κατά το 2006 αναφέρεται σε αντιδράσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι της διακίνησης του σήματος της ανταγωνιστικής μπίρας «Βεργίνα» το 2001: *«Στην αρχή υπήρχε ανταπόκριση από τα λιανικά σημεία πώλησης και τους καταναλωτές για τη μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ. Όμως η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντέδρασε έντονα, κυρίως λόγω του λανσαρίσματος της μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ ως ελληνικής μπύρας. Η Κρήτη είναι έντονα τουριστική περιοχή με πολλούς ξένους τουρίστες οι οποίοι και ζητούσαν να δοκιμάσουν ελληνική μπύρα. Η αντίδραση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ήταν να περιορίζει όλο και περισσότερο τις πιστώσεις*[1451]*, να μου ζητά να σταματήσω να πουλάω ΒΕΡΓΙΝΑ για να με στηρίξει στην αγορά και να προσπαθεί να απομακρύνει τη ΒΕΡΓΙΝΑ από τα τελικά σημεία πώλησης που την είχα τοποθετήσει. Αυτό το τελευταίο γινόταν μέσω άλλων χονδρεμπόρων, που πλησίαζαν τα τελικά σημεία πώλησης, απομάκρυναν τα κιβώτια της ΒΕΡΓΙΝΑΣ, προφανώς αγοράζοντάς τα, και τα αντάλλασαν με κιβώτια της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, περισσότερα σε αριθμό από αυτά της ΒΕΡΓΙΝΑ που αγόραζαν/απομάκρυναν. Όλα αυτά μάλιστα συνέβαιναν ενώ εγώ εξακολουθούσα να διακινώ κατά [85-95]% προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήθελε να μην διακινώ καθόλου μπύρα ΒΕΡΓΙΝΑ. Αποτέλεσμα όλων αυτών των ενεργειών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ήταν να αρχίσω σιγά – σιγά να χάνω τα τελικά σημεία πώλησης, που ήταν πελάτες μου, με συνέπεια να μειωθεί σημαντικά το πελατολόγιό μου από […] τελικά σημεία σε […] περίπου».*

1299 Περαιτέρω, σύμφωνα με όσα αναφέρει ο […], αντιδράσεις εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είχε δεχθεί και παλαιότερα όταν ξεκίνησε να διακινεί το εμπορικό σήμα «Μύθος». Συγκεκριμένα, ο καταθέτων δηλώνει: *«Με το που εμφανιζόταν κάποιο κανάλι προμήθειας άλλου σήματος ζύθου στην αγορά, με καλύτερες παροχές από αυτές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αμέσως προμηθευόμουν το σήμα αυτό, καθώς η Αθηναϊκή Ζυθοποιία ακολουθούσε πολύ "σφικτή" εμπορική πολιτική απέναντί μου, λόγω ακριβώς της πρακτικής μου να προμηθεύομαι και μπύρα άλλων σημάτων και να μην θέλω να εξαρτώμαι αποκλειστικά από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Έτσι, όταν εμφανίστηκε η μπύρα ΜΥΘΟΣ άρχισα να τη διακινώ. [...] Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην αρχή αντέδρασε και δυσφόρησε για τη διακίνηση του ΜΥΘΟΥ. Είχε γίνει όμως μεγάλη διαφήμιση του προϊόντος και υπήρχε αυξημένη ζήτησή του στην αγορά, με συνέπεια, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία να αναγκαστεί να δεχτεί τη διακίνηση μικρών ποσοτήτων μπύρας ΜΥΘΟΥ, ακόμα και από τους αποκλειστικούς χονδρέμπορους της, χωρίς να προβάλει ιδιαίτερες αντιρρήσεις. Η μόνη απαίτησή της ήταν να μην τοποθετείται η ΜΥΘΟΣ σε εμφανές και προβεβλημένο σημείο εντός του καταστήματος».*

1300 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έχει αρνηθεί ως αναληθείς και αβάσιμους τους ισχυρισμούς του […] περί πρακτικών παρεμπόδισης της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων[1452].

[1451] Οι πιέσεις που ισχυρίζεται ότι δέχθηκε η εν λόγω χονδρεμπορική επιχείρηση σε όρους πίστωσης παρουσιάζονται σε προηγούμενο κεφάλαιο όπου αναλύθηκαν εκτενώς οι όροι της πιστωτικής πολιτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

[1452] Υπ' αριθ. πρωτ. 7236/14.11.06 επιστολή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 2 υπό τον τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06». Σε αυτήν, η ΑΖ κάνει αναφορά στους ΧΕ […], ισχυριζόμενη ότι αποτελούν μεμονωμένες περιπτώσεις, οι οποίες λόγω των ιδιομορφιών που κατά καιρούς παρουσίασαν (έλλειψη φερεγγυότητας, προβλήματα αξιοπιστίας και συνεργασίας) κάθε άλλο παρά εχέγγυα αξιόπιστων πηγών πληροφόρησης παρέχουν στην Επιτροπή.

- Περίπτωση χονδρεμπόρου […]

1301 Ο […], διαχειριστής της εταιρίας «[…]» η οποία ιδρύθηκε το […] και δεν διατηρεί άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σε ένορκη κατάθεσή του το 2007 αναφέρεται σε δυσκολίες που συνάντησε κατά τη διακίνηση της μπίρας «Βεργίνα», σε επίπεδο τόσο διανομής όσο και διάθεσης, τις οποίες αποδίδει σε πρακτικές αποκλεισμού εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης[1453], επισημαίνοντας ειδικότερα ότι: *«[α]πό το 2003 προσπαθώ να προωθήσω μόνος μου τη μπύρα "Βεργίνα". Επειδή δεν έβρισκα διανομείς για τη διακίνηση του προϊόντος αφού η Αθηναϊκή Ζυθοποιία απαγόρευε στους διανομείς να έχουν μπύρα "Βεργίνα" αναγκάστηκα να επενδύσω αγοράζοντας φορτηγά και προσλαμβάνοντας επιπλέον προσωπικό (οδηγούς και πωλητές) και να πραγματοποιώ ο ίδιος τη διανομή των προϊόντων με δικό μου δίκτυο διανομών»*[1454].

Και συνεχίζει αναφορικά με τη δυνατότητα διάθεσης στα τελικά σημεία: *«Παρόλα αυτά, η ανταπόκριση που είχα δεν ήταν η αναμενόμενη καθώς από τα 1000 τελικά σημεία που βρίσκονται στο πεδίο της δραστηριότητάς μου ([…]) κατάφερα να έχω πρόσβαση μόνα στα 230*[1455]*. Σε επίπεδο catering (ξενοδοχεία, ταβέρνες, καφέ-μπαρ και χώροι εστιάσεως) απαγορεύεται η συνύπαρξη "Βεργίνας" και προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας καθώς ο πελάτης εκβιάζεται πως θα πρέπει ή να αποσύρει το προϊόν της "Βεργίνας" ή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα αποσύρει τους μηχανισμούς draught που είχε τοποθετήσει. Σε επίπεδο retail (mini market, super market, περίπτερα) υπάρχουν τα ψυγεία της […] στα οποία χωρίς πρόβλημα συνυπάρχουν τα προϊόντα της ΑΖ και ο Μύθος*[1456]*. […]*[[1457]]*. Ωστόσο, εάν εγώ προσπαθήσω να τοποθετήσω*

[1453] Ο […] εκτιμά ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προώθησε το σήμα «Ζορμπάς» με σκοπό να καταστείλει ανταγωνιστικές πιέσεις που δεχόταν από τη μπίρα «Βεργίνα»: *«Θα ήθελα να προσθέσω πως κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων ετών, στην περιοχή που δραστηριοποιούμαι και μόνο στα σημεία πώλησης όπου υπάρχει μόνο το προϊόν της "Βεργίνας", η Α.Ζ. εμφάνισε ένα καινούριο σήμα με όνομα Zorbas με αποκλειστικό σκοπό να επανακτήσει τα τελικά σημεία που έχει η "Βεργίνα"»*.

[1454] Παρομοίως, ο […], αναφερόμενος στην εταιρία «[…]» που διατηρούσε από κοινού με τον […] κατά τα έτη 1999-2003 και η οποία είχε αναλάβει την αντιπροσώπευση της μπίρας «[…]» στ[…] και στ[…], επισημαίνει: *«στην συγκεκριμένη περίοδο που αναπτύσσεται το δίκτυο πώλησης αρχίζει να παρατηρείται μία άρνηση από τους διανομείς με συνέπεια να μην μπορεί να γίνει τοποθέτηση του προϊόντος στα τελικά σημεία»*.

[1455] Περαιτέρω, ο […] επισημαίνει: *«Καλύπτω περίπου το[5-15]% της κατανάλωσης μπύρας στ[...] και [...]. Βέβαια, εάν δεν υπήρχε η άρνηση από τα τελικά σημεία στα οποία δεν μπορώ να έχω πρόσβαση το ποσοστό αυτό θα ήταν πολύ μεγαλύτερο. Κατά μέσο όρο ετησίως από το σύνολο των προϊόντων που διακινώ έχω [...] τζίρο, εκ των οποίων το [...] περίπου προέρχεται από πωλήσεις μπύρας. Από αυτά το[...] περίπου αφορά χώρους catering [...] και το υπόλοιπο [...] αφορά χώρους retail»*.

[1456] Ωστόσο, η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει μεταξύ άλλων στην υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία της: *«Διευκρινίζοντας τέλος ότι δεν αποτελεί ιδιαίτερο κεφάλαιο της παρούσας καταγγελίας οφείλουμε να αναφέρουμε και το ακόλουθο φαινόμενο που έχει παρατηρηθεί σε ιδιαίτερο τμήμα της αγοράς τα τελευταία 4 έτη και συγκεκριμένα στο τμήμα της ζεστής αγοράς των περιπτέρων mini market κλπ. Στο σύνολο σχεδόν των περιπτέρων στα οποία έχουν τοποθετηθεί ψυγεία [...], διαπιστώνεται ότι όπου είναι "ανεκτή" από τον ιδιοκτήτη του ψυγείου-χρησιδανείζουσα επιχείρηση (π.χ. [...]) η τοποθέτηση σε αυτό και άλλων προϊόντων πλην αυτών που εμπορεύεται ο ιδιοκτήτης του ψυγείου αυτά περιορίζονται σε μόλις ένα ράφι και αυτά τα προϊόντα είναι σχεδόν πάντοτε οι μπύρες της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ. [...]»*.

[1457] Σημειώνεται ότι το 2012, ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας […] δήλωσε σχετικά: *«Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παλαιότερα και μέχρι πριν από μία πενταετία είχε τη δύναμη σε μικρά τελικά σημεία να επιδιώκει τη μοναδική της παρουσία, κυρίως μέσω των ψυγείων, όπου απαιτούσε να υπάρχουν μόνο τα προϊόντα της»*. Παρομοίως, ο […] της […] το 2012, δήλωσε σχετικά: *«[α]ναφορικά με πρακτικές που προκαλούν δυσχέρειες στην ανάπτυξη και λειτουργία μας, αναφέρω ότι οι δύο μεγάλες εταιρίες Αθηναϊκή Ζυθοποιία και Μύθος Ζυθοποιία τα τελευταία δύο χρόνια δεν επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να τοποθετούν ανταγωνιστικά προϊόντα στα ψυγεία τους ή αφήνουν πολύ μικρό χώρο –σε μη εμφανές σημείο- στο ψυγείο για τους πολύ επίμονους πελάτες. Τα στελέχη των πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και*

μέσα σε ψυγείο τα προϊόντα "Βεργίνα" οι επιθεωρητές πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα βγάζουν αμέσως μόλις τα εντοπίσουν και τα αφήνουν εκτός ψυγείου[1458]*. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες δεν είναι εμπορικό ένα προϊόν όταν είναι ζεστό, πόσο μάλλον η μπύρα και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να υπάρχουν πολλές επιστροφές προϊόντων που διακινώ και κατ' επέκταση οικονομική ζημιά για την επιχείρησή μου (το ποσό των επιστροφών από τα προϊόντα πιστώνεται εξ ολοκλήρου στον πελάτη) […] Κάθε φορά που προσπαθώ να τοποθετήσω μπύρα "Βεργίνα" σε ένα τελικό σημείο, συναντώ εμπόδια καθώς τα τελικά σημεία υποχρεώνονται να μην τοποθετήσουν ανταγωνιστικά προϊόντα των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*[1459] *[…] Σε πολλές περιπτώσεις όπου κατάφερα να κάνω αρχικά τοποθέτηση της μπύρας "Βεργίνα" χωρίς αιτιολογία οι πελάτες μου μου επέστρεφαν το προϊόν».*

1302 Ο […] καταλήγει σχετικά με τη δυνατότητα της επιχείρησής του να αναπτυχθεί υπό τις ανωτέρω συνθήκες: «Από τη δραστηριότητά μου τα τελευταία 7 χρόνια με τη μπύρα "Βεργίνα", έχω υποστεί ηθική και υλική ζημιά τεράστια, καθώς μη μπορώντας να διεισδύσω σε μεγαλύτερο μέρος της τοπικής αγοράς και μη έχοντας τη δυνατότητα να συνεργαστώ με διανομείς, έχω αρχίσει να αντιμετωπίζω προβλήματα βιωσιμότητας της επιχείρησής μου. Ακόμη και εάν ήθελα να ξεκινήσω συνεργασία και με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αυτό δεν θα ήταν δυνατόν, από τη στιγμή που διακινώ μπύρα "Βεργίνα" την οποία θα έπρεπε να διακόψω, όπως αναγκάζονται να πράξουν και οι πελάτες που αρνούνται συνεργασία. Σε ορισμένες περιπτώσεις μάλιστα, η οικονομική ζημία που υφίσταμαι επεκτείνεται και σε άλλα προϊόντα, αφού σε ένα τελικό σημείο, εκτός από τη μπύρα, μπορώ να πουλήσω και άλλα από τα προϊόντα τα οποία διακινώ [...] διότι ο πελάτης προτιμά να προμηθεύεται από ένα προμηθευτή»[1460].

- Περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης « **[...]*»***

1303 Ο […], σε ένορκη κατάθεσή του εκ μέρους της χονδρεμπορικής εταιρίας « […]», η οποία λειτουργούσε […] έως το 2003, αναφέρει τα ακόλουθα σχετικά με τις αντιδράσεις που δέχτηκε όταν άρχισε να διακινεί τη μπίρα «Βεργίνα», το 2001: *«[τ]ο 1998 - 1999 ξεκίνησα συνεργασία με την εταιρία*

της Μύθος Ζυθοποιίας δεν είναι πολύ επίμονοι σε αυτό γιατί φοβούνται τις επιπτώσεις από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Αρχικά υποδεικνύουν να μην βάζουν ανταγωνιστικά προϊόντα αλλά εάν δεχθούν αντιστάσεις, δεν επιμένουν». Την ίδια άποψη εξέφρασε […], η οποία αναφερόμενη στο ζήτημα περί πρακτικών αποκλεισμού του ανταγωνισμού […] επισημαίνει: «*απαγόρευση τοποθέτησης προϊόντων μας σε ψυγεία ανταγωνιστριών εταιριών (*[…]*). Ωστόσο, η πρακτική αυτή με τα ψυγεία δεν βρίσκει πλέον ανταπόκριση, καθώς είναι γνωστό πια ότι η πρακτική αυτή απαγορεύεται»*. Ο […] δήλωσε μεταξύ των πρακτικών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας *«την απαγόρευση τοποθέτησης ανταγωνιστικών προϊόντων στα ψυγεία Amstel, τα οποία βρίσκονται σε* […]*».*

[1458] Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης στο υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.12.12 υπόμνημά της αναφέρει σχετικά: *«Συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης η παροχή καταψυκτών και εξοπλισμού βαρελίσιας μπύρας δωρεάν σε καταστήματα λιανικής υπό τον όρο χρήσης αυτών αποκλειστικά για την αποθήκευση/πώληση ενός συγκεκριμένου προϊόντος. Κατ' εφαρμογή της πρακτικής αυτής η ΑΖ επιτυγχάνει μία de facto αποκλειστικότητα καθώς είναι αρκετά πιθανό ότι οι λιανέμποροι, όπως εξάλλου αποδείχθηκε στην πράξη, δεν θα διατηρούν επιπλέον εξοπλισμό στα καταστήματά τους για ανταγωνιστικά σήματα. Ως αποτέλεσμα των πρακτικών αυτών οι λιανέμποροι προμηθεύονταν μπύρες αποκλειστικά από την ΑΖ».*

[1459] Στο συγκεκριμένο σημείο ο […] διευκρινίζει ότι η συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας δεν ήταν η ίδια έναντι της διακίνησης προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας. Αναλυτικότερα, αναφέρει: *«[ε]ξαίρεση αποτελεί η μπύρα "Μύθος" η οποία το τελευταίο χρονικό διάστημα συνυπάρχει με τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας».*

[1460] Σημειώνεται ότι πέραν των αναφερθέντων δυσκολιών που ο […] αναφέρει ότι δημιούργησε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στη διακίνηση του ανταγωνιστικού σήματος «Βεργίνα», σε άλλο σημείο της κατάθεσής του επισημαίνει: *«[ε]ίχα συνεργασία με την Α.Ζ. μόνο κατά το χρονικό διάστημα που συμμετείχα στην εταιρία* […] [ήτοι κατά την περίοδο […]]. *Όταν συμμετείχα στην εταιρία αυτή διακινούσαμε όλη τη γκάμα των προϊόντων της Α.Ζ. και […]. Σημειώνεται ότι* […]*».*

Μπουτάρης, με τα δύο εμπορικά σήματα που υπήρχαν τότε στην εταιρία, την Henninger και την Kaiser και αργότερα με το νέο σήμα του Ομίλου, τη Mythos. Παράλληλα είχα ξεκινήσει συνεργασία και με την Löwenbrau. Το 2000 ξεκίνησα συνεργασία και με την Carlsberg […] Το 2001 μαθαίνοντας ότι υπάρχει ένα καινούργιο σήμα μπίρας στην ελληνική αγορά η "Βεργίνα", ήρθα σε επικοινωνία μαζί τους και ξεκίνησα συνεργασία. […] Την ίδια εποχή, παράλληλα με τα συγκεκριμένα γεγονότα, [ΣτΣ: […] αναφέρεται σε πιέσεις που δέχθηκε από τη Μύθος Ζυθοποιία κατά τη διακίνηση του εμπορικού σήματος "Βεργίνα"] *ξεκίνησα να αντιμετωπίζω και σοβαρά προβλήματα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, παρότι δεν είχα άμεση σχέση μαζί τους. Με εντολή τους από ό,τι έμαθα, υπέδειξαν στους αντιπροσώπους τους να μην μου ξαναδώσει κανένας εμπόρευμα. Συγκεκριμένα, στα μέσα Ιουλίου, στην καρδιά του καλοκαιριού και ημέρα Παρασκευή, ενώ περίμενα προϊόντα που είχα παραγγείλει από το πρωί στο συνεργάτη μου* […]*, από τον οποίο προμηθευόμουν τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, το μεσημέρι παίρνοντάς τον τηλέφωνο για να τον ρωτήσω γιατί δεν ήρθαν τα εμπορεύματα, μου απάντησε ότι "αποφασίσαμε οι άμεσοι συνεργάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, να μην ξαναδώσουμε σε δεύτερα χέρια σε κανέναν* […]*" με την αιτιολογία ότι εμείς μπορούμε να διακινούμε και άλλα σήματα μπύρας, ενώ αυτοί έχουν μόνο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Από πληροφορίες που πήρα, το προηγούμενο απόγευμα είχαν συνάντηση με κάποια στελέχη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο κομμάτι των πωλήσεων και αυτοί τους επέβαλαν να προβούν σε αυτή την ενέργεια. Το αποτέλεσμα ήταν, ενώ προηγουμένως διακινούσα έξι σήματα ζύθου, που το μεγαλύτερο μέρος ήταν της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, πλέον βρέθηκα να διακινώ μόνο τη Βεργίνα. Έτσι λοιπόν αναγκάστηκα να προβώ σε ενέργειες για να βρω πάση θυσία μπύρα, για να εξυπηρετήσω τους ήδη υπάρχοντες πελάτες μου, οι οποίοι εκείνη την εποχή είχαν υψηλή ζήτηση και άμεση ανάγκη παράδοσης προϊόντων και οι οποίοι αν δεν προμηθεύονταν από εμένα θα στρέφονταν σε άλλο προμηθευτή ανταγωνιστή της περιοχής. […] Για να εξυπηρετήσω τους πελάτες μου, δανείστηκα χρήματα και αγόρασα μετρητοίς εμπορεύματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από διακινητές-συνεργάτες της* […]*. Με αυτόν τον τρόπο δούλευα μέχρι το τέλος της καλοκαιρινής σαιζόν, πολλές φορές αγοράζοντας εμπορεύματα ακόμη και από super market».* Συνεκτιμάται πάντως ότι, όπως προκύπτει από σχετικές δηλώσεις της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, την ίδια εποχή με τα ως άνω αναφερθέντα, η χονδρεμπορική επιχείρηση του […] αντιμετώπιζε την κατηγορία της διακίνησης μπίρας της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης σε υλικά συσκευασίας της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1461].

1304 Σχετική αναφορά γίνεται και σε δελτίο αναφοράς περιστατικού το οποίο προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1462] και υπογράφεται από την ανωτέρω χονδρεμπορική επιχείρηση. Στο ως άνω δελτίο αναφοράς καταγράφεται ότι: *«Το δεύτερο μήνα του 2001 ξεκινά η συνεργασία μας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Η πρώτη αντίδραση για την εν λόγω συνεργασία ήρθε από την εταιρεία Μύθος Ζυθοποιία Α.Ε. […] Η δε Αθηναϊκή, το ίδιο περίπου διάστημα, κατέβασε δικό της*

[1461] Ο […] στην κατάθεσή του αναφέρει σχετικά: «*[Κ]άποια στιγμή η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιχείρησε ανεπιτυχώς να αποδείξει ότι χρησιμοποιούσα το όνομα των προϊόντων τους προκειμένου να πουλήσω το προϊόν της Βεργίνας. Ζήτησαν, μάλιστα να εξεταστεί και η χημική σύσταση του προϊόντος της Βεργίνα. Παρόλα αυτά, ήρθα αρκετές φορές σε επικοινωνία μαζί τους και προσπάθησα να αποκαταστήσω την εμπορική μας συνεργασία. Η απάντηση τους ήταν "εφόσον συνεργάζεσαι με τη Βεργίνα, δεν μπορούμε να συνεργαστούμε μαζί". Παράλληλα στο νησί, μετά από όλα αυτά που προέκυπταν καθημερινά, άρχισα να ακούω από τους πελάτες μου ότι η μπύρα που διακινώ είναι αλβανική. Τελικά, όλα αυτά είχαν ως αποτέλεσμα να αρχίσω να χάνω την αγορά που εγώ είχα χτίσει τα προηγούμενα χρόνια και να καταστραφώ οικονομικά*».

[1462] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

κλιμάκιο ελέγχου και επισκέφθηκαν δικά μου σημεία πώλησης. Ζήτησαν να ελέγξουν αν στα δικά μου τιμολόγια αναγράφεται η ονομασία της μπύρας που διακινούσα. Τους υποδείκνυαν ότι τα εμπορεύματα είναι ακατάλληλα και σε περίπτωση ελέγχου θα έχουν προβλήματα με τις υγειονομικές υπηρεσίες[1463]*. Στις 6/7/2001, έλαβα επιστολή από* […] *της Αθηναϊκής, κ.* […] *ο οποίος προσπαθούσε να με εκφοβίσει λέγοντας ότι θα κινηθεί νομικά εναντίον μου. Τα επιχειρήματά του ήταν ότι χρησιμοποιούσα βαρέλια ιδιοκτησίας του για να συσκευάζω φασόν προϊόν στη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Η δική μου απάντηση ήρθε με επιστολή, την οποία και σας επισυνάπτω, ότι τα υλικά συσκευασίας είναι αγορασμένα και όχι κλεμμένα. Γι' αυτόν το λόγο σταμάτησαν τις περαιτέρω διαδικασίες»*. Στη συγκεκριμένη επιστολή ημερομηνίας 10.07.2001 που επισυνάπτεται στο δελτίο αναφοράς, ο επιχειρηματίας αναφέρει προς τον […]. Παρά το ζήτημα που είχε προκύψει, ο […] καλεί στο τέλος της επιστολής του την Αθηναϊκή Ζυθοποιία να εξετάσει το ενδεχόμενο άμεσης συνεργασίας μέσω απευθείας πώλησης των προϊόντων της στην επιχείρηση του, αίτημα στο οποίο φαίνεται να ανταποκρίθηκε η εταιρία ζύθου. Όπως καταγράφεται στο ως άνω δελτίο αναφοράς: *«Κατά τη χειμερινή περίοδο του 2001, βρισκόμουν στ*[…]. *Ήρθε σε επικοινωνία μαζί μου ο πωλητής της εταιρείας […] και μου έκλεισε συνάντηση με το [...]. Η συνάντηση έγινε με θέμα την απευθείας τιμολόγηση από την Αθηναϊκή προς εμάς»*. Ένας όμως από τους όρους που ο χονδρέμπορος αναφέρει ότι ετέθη από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία ήταν ο τερματισμός της συνεργασίας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Αναλυτικότερα, στο δελτίο αναφέρεται: *«Στην διάρκεια αυτής της συνάντησης μου τέθηκαν 2 όροι. Ο ένας από αυτούς ήταν [...], την οποία και αποδέχτηκα, και η άλλη, η διακοπή συνεργασίας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης, κάτι που δεν έγινε αποδεκτό»*[1464].Επί του συγκεκριμένου ζητήματος στην επιστολή της η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1465]

[1463] Παρομοίως, σε αντίστοιχο δελτίο αναφοράς για την ξενοδοχειακή εταιρία «[…]» δραστηριοποιούμενης *[...]* το οποίο προσκομίσθηκε στην Ε.Α. από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ([…]), επισημαίνονται τα ακόλουθα αναφορικά με τη συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στους πελάτες της εν λόγω χονδρεμπορικής επιχείρησης: *«Κατά τη θερινή περίοδο του 2001, κλιμάκιο εκπροσώπων της Αθηναϊκής μας επισκέφθησαν για να ελέγξουν τα μηχανήματα (ψύκτες) μπύρας της εταιρείας. Μας ζήτησαν να τους απαντήσω από πού προμηθεύομαι τα προϊόντα τους. Ζήτησαν να ελέγξουν τα τιμολόγια του εν λόγω προμηθευτή ("[...]") και αν σε αυτά αναγράφεται η ονομασία του προϊόντος που διακινεί ή μόνο αυτά της Amstel. Μου συνέστησαν να σταματήσω τη συνεργασία μαζί του γιατί τα προϊόντα που διακινούν είναι "μαϊμού" και ακατάλληλα για κατανάλωση».* Περαιτέρω, στην ίδια σύσταση φαίνεται να έχουν προβεί και στελέχη πωλήσεων της Μύθος Ζυθοποιίας σε κατάστημα που λειτουργεί στ*[...]*. Συγκεκριμένα, σε δελτίο αναφοράς περιστατικού συνταχθέν από τον […] εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» καταγράφεται: *«[δ]ιατηρώ κατάστημα (εστιατόριο-snack bar) στην περιοχή* […] *του νομού* […]. *Κατά την θερινή περίοδο του έτους 2001, και κατά τον έβδομο μήνα, με επισκέφθηκε ο εκπρόσωπος της εταιρείας "ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ",* […], *παρουσία του τεχνικού ψυκτικού της εταιρείας* […]. *Με υπέδειξαν να προμηθεύομαι τα προϊόντα της εταιρείας από άλλο αντιπρόσωπο, παρόλο που είχα διετή άριστη συνεργασία με την "*[…]*". Όταν εγώ έκπληκτος τους απάντησα ότι παρέλαβα σήμερα προϊόντα από την εταιρεία, μου είπαν ότι τα προϊόντα που διακινεί η εν λόγω εταιρεία είναι "μαϊμού". Μου συνέστησαν μάλιστα να διακόψω την συνεργασία γιατί σε αντίθετη περίπτωση θα είχα πρόβλημα με τις υγειονομικές υπηρεσίες».*

[1464] Στο συγκεκριμένο σημείο η επιχείρηση μάλιστα επισημαίνει: «*[γ]ια την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όμως δεν ήταν η πρώτη φορά που είχε δημιουργηθεί πρόβλημα. Δημιουργήθηκε με έμμεσο τρόπο στις 17/5/99. Στις 14/5/1999 συνεδρίασαν οι [...]απευθείας αντιπρόσωποι της Αθηναϊκής και αποφάσισαν να σταματήσουν να τροφοδοτούν τους υποαντιπροσώπους. Η συγκεκριμένη απόφαση ίσχυσε στην πράξη μόνο για μας, την περίοδο εκείνη είχα συνεργασία με την* […]. *Ύστερα από δύο μέρες με επισκέφτηκε ο τότε επιθεωρητής [...]και μας ρώτησε εάν ενδιαφερόμαστε για την αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της Αθηναϊκής. Όπως καταλαβαίνετε, η απάντηση ήταν αρνητική. Σύμφωνα με φήμες που ακούστηκαν στην αγορά, οι ενέργειες της Αθηναϊκής είχαν σκοπό να εκτοπίσουν τα σήματα των άλλων εταιρειών. Όλες οι πιο πάνω ενέργειες, δημιουργούν προβλήματα στην ελεύθερη διακίνηση σημάτων άλλων εταιρειών αλλά επιφέρουν σημαντικές οικονομικές επιβαρύνσεις στους τοπικούς διακινητές που επιλέγουν να εμπορεύονται όλα τα σήματα»*.

[1465] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 7236/14.11.06 επιστολή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Η εν λόγω επιστολή περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 1 υπό τον τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06».

επισημαίνει: «*[ο] κ. […]εμφανίζεται να κατηγορεί την εταιρία μας ότι δήθεν έδωσε εντολή τον Ιούλιο του 2000, μεταξύ άλλων, στο χονδρέμπορο - διακινητή των προϊόντων της κ. […]να μην πωλεί εμπορεύματά της στην εταιρία του διότι αυτός διακινεί εμπορεύματα ανταγωνίστριας εταιρίας. Δηλώνουμε ότι οι ισχυρισμοί αυτοί είναι αναληθείς και ανακριβείς. Η εταιρία μας, η οποία κατά πάγια τακτική δεν παρεμβαίνει στις επιλογές των χονδρεμπόρων της, ουδέποτε υπέδειξε κάτι τέτοιο στον κ. […], γεγονός που δεν θα ήταν δυνατόν να συμβεί σε κάθε περίπτωση αφού η εταιρία " […]" άρχισε, κατά δήλωση πάντα του ίδιου του κ. […], να συνεργάζεται με την εταιρία […]*».

- Άλλες αναφορές

1305 Τέλος, κάποιοι άλλοι χονδρέμποροι δηλώνουν ότι δεν έχει υποπέσει στην αντίληψή τους επιβολή αποκλειστικότητας από την ΑΖ στους χονδρεμπόρους τουλάχιστον τα πρόσφατα έτη: Το 2007, ο […] εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» δραστηριοποιούμενης στην περιοχή τ[…], σε σχέση με την ύπαρξη τυχόν ρήτρας αποκλειστικότητας στη συνεργασία του με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία επισημαίνει τα ακόλουθα: *«[ε]πειδή είμαστε από τους πρώτους πελάτες της Amstel σ' εμάς δεν τόλμησαν ποτέ να μας θέσουν τέτοιους όρους»*. Αναφέρει επίσης ότι: *«Οι περισσότεροι πελάτες μας έχουν σήματα και της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και του ΜΥΘΟΥ. Μόνο στις περιπτώσεις του βαρελιού υπάρχουν αποκλειστικότητες σε επίπεδο σήματος»* και ότι: *«για περιπτώσεις εμπόρων που ήταν οικονομικά "εντάξει" στις υποχρεώσεις τους απέναντι στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία, δεν δεχόντουσαν πιέσεις για αποκλειστική πώληση μόνο των σημάτων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*.

1306 Σημειώνεται […] η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης στο από 26.02.2014 υπόμνημά της στο οποίο δηλώνει ότι *«ο χονδρέμπορος […] αρνήθηκε να συνεργαστεί με την ΖΜΘ επειδή συνεργαζόταν αποκλειστικά με την ΑΖ»*. Το εν λόγω περιστατικό ωστόσο, το οποίο φαίνεται να έχει λάβει χώρα κατά την περίοδο 1998 – 2003, *[…]*[1466]. Επιπλέον, *[…]*[1467]. Ωστόσο υπενθυμίζεται κατά τα ανωτέρω εκτεθέντα ότι η εν λόγω εταιρία […]. Αναφορικά δε με τη διακίνηση των σημάτων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης αναφέρει: […].

1307 Επίσης το 2007 ο […] εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή τ[…], αναφέρει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν έχει θέσει στον ίδιο ζήτημα αποκλειστικότητας και ότι: *«[σ]υνήθως δημιουργεί πρόβλημα σε αυτούς που καθυστερούν να πληρώσουν και χρωστούν»*.

1308 Ο […] τέλος, […][1468], σε ένορκη κατάθεση του το 2007 επισημαίνει ότι «μέχρι πριν από μερικά χρόνια, υπήρχαν γραπτές συμβάσεις αποκλειστικότητας, οι οποίες δεν συνάπτονται πλέον και έχουν αποσυρθεί από την αγορά».

β) Αναφορές ανταγωνιστών

- Αναφορές από την καταγγέλλουσα Μύθος Ζυθοποιία

1309 Η καταγγέλλουσα επισημαίνει ότι για την περίπτωση της εταιρίας «[…]» που δραστηριοποιείται στ[…]: *«[υ]πήρχε δίλημμα – ή εμείς ή αυτοί»*, ενώ επίσης αναφέρει για το δραστηριοποιούμενο στ[…]

[1466] *[…]*.
[1467] *[…]*.
[1468] Ένορκη κατάθεση του […] ο οποίος […].

χονδρέμπορο […]: *«[μ]ας δουλεύει ελεγχόμενα από άλλους Χ/Ε και χωρίς να γνωρίζει τα ακριβή στοιχεία η Αθ. Ζυθοποιία»*. Στην περίπτωση μάλιστα της επιχείρησης «[…]» στ[…], η Μύθος Ζυθοποιία επισημαίνει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία του έθεσε ως όρο να σταματήσει τη διακίνηση των εμπορικών σημάτων της για να *«του δώσουν την αποκλειστικότητα στην περιοχή του*[1469].

1310 Περαιτέρω, σύμφωνα με όσα αναφέρουν υπάλληλοι της Μύθος Ζυθοποιίας σε ένορκες καταθέσεις τους τις οποίες η εταιρία ζύθου υπέβαλε στην Ε.Α. το 2007[1470], κάποιες χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες προφανώς δέχονταν αντίστοιχες πιέσεις, είχαν αναγκαστεί να κρύβουν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία την παράλληλη εμπορία των ανταγωνιστικών σημάτων της καταγγέλλουσας, εφευρίσκοντας ακόμη και εναλλακτικούς χώρους αποθήκευσης. Ακολούθως παρατίθενται τα σχετικά περιστατικά:

i)……*«[σ]την περίπτωση της* [...] *χονδρεμπόρου στ*[...] *οι φορείς της έχουν φτάσει να αποθηκεύουν τα δικά μας προϊόντα* [...] *για να μην γίνουν αντιληπτά από τους πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ»*[1471].

ii)…..*«[σ]την περιοχή τ*[...] *όπου δραστηριοποιείται η χονδρεμπορική εταιρία με την ονομασία* [...] *συνέβησαν τα εξής: Η εταιρεία αυτή το 2001 και το 2002 συνεργάζονταν απ' ευθείας με την Εταιρία μας* [ΣτΣ: ενν. τη Μύθος Ζυθοποιία] *και την ΑΘΗΝΑΪΚΗ, με τη διαφορά όμως ότι τα προϊόντα της εταιρίας μας δεν αποθηκεύονταν στην κύρια αποθήκη του χονδρεμπόρου αλλά σε ένα χώρο* [...], *προκειμένου να μην βλέπουν τα προϊόντα οι πελάτες του. Στη συνέχεια η επιχείρηση χωρίστηκε σε δύο νέες επιχειρήσεις και με τις οποίες αρχικά ξεκινήσαμε συνεργασία απ' ευθείας. Από την Αθηναϊκή ζητήθηκε σε πρώτο χρόνο από τη νέα επιχείρηση του* [...] *να σταματήσει την τριγωνική πώληση των προϊόντων μας το οποίο και έγινε. Στην συνέχεια οι τριγωνικές δόθηκαν στην επιχείρηση του* [...] *όπου και πάλι η Αθηναϊκή ζήτησε να τις σταματήσει. Στη συνέχεια και οι δύο επιχειρήσεις σταμάτησαν την απ' ευθείας συνεργασία με την εταιρία και αγοράζουν τα προϊόντα μας μέσω τρίτου χονδρεμπόρου για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες στην αγορά τους»*[1472].

iii)…. *«* [...] *ο χονδρέμπορος* [...] *πέρα από την χονδρική πώληση και αποκλειστική διανομή των προϊόντων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ, κατέχει και διαχειρίζεται και* [...] *και τα οποία είναι ενταγμένα στην* [...]. *Με την τελευταία η εταιρία μας έχει συνάψει συμφωνία διάθεσης των προϊόντων μας. Όπως ο ίδιος όμως μας "ομολόγησε" σε κατ' ιδίαν συνάντηση δέχεται πιέσεις από την ΑΘΗΝΑΪΚΗ να μην συνεργαστεί με την Μύθος. Αποτέλεσμα είναι να μην υπάρχει κανένα προϊόν της Εταιρίας μας στα πιο πάνω καταστήματα super market του, παρά την σε κεντρικό επίπεδο συμφωνία μας με την ανωτέρω αλυσίδα και τέλος αρνείται να διακινήσει τα προϊόντα μας ακόμα και σαν "δεύτερο χέρι", όπως συμβαίνει με αρκετούς άλλους χονδρεμπόρους ενταγμένους στο δίκτυο της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ»*[1473].

[1469] Οι συγκεκριμένες περιπτώσεις περιλαμβάνονται σε έγγραφο συνημμένο στην υπ' αριθ. πρωτ. 8461/29.12.06 καταγγελία της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1470] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1471] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 969 ένορκη κατάθεση […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1472] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1473] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

iv) .... *«[σ]την περίπτωση της χονδρεμπορικής εταιρίας με την ονομασία* [...] *στ*[...] *στ*[...] *όταν το* [...] *ξεκίνησε να εξυπηρετεί σημεία τριγωνικής για την εταιρία μας, η αντίδραση της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ μετά από μία συνάντηση με τον πελάτη, ήταν να διακόψει την εξυπηρέτηση του* [...] *που μέχρι τότε είχε αναθέσει στην* [...] *και να την δώσει σε άλλο χονδρέμπορο (και συγκεκριμένα στον* [...] *) σαν τιμωρία όπως αναφέρθηκε»*[1474].

- Αναφορές από την […]

1311 […] το 2012 […], ο […], ο οποίος […]: *«η αγορά κατά την περίοδο 1992-2005 υπήρξε "κλειδωμένη" από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Μετά την απόφαση της Coca-Cola και τη δράση της Επιτροπής Ανταγωνισμού έχει εξομαλυνθεί η κατάσταση στην αγορά. Κατά τα προηγούμενα χρόνια και μέχρι το 2005 υπήρξαν συμφωνίες αποκλειστικότητας μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και των καναλιών διανομής. […] Επίσης υπήρξαν πιέσεις σε μη αποκλειστικούς συνεργάτες για προώθηση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Επιπλέον, το 1997 μαθαίναμε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία έσπαγε τις προς επιστροφή φιάλες της Μύθος Ζυθοποιίας με αποτέλεσμα να δημιουργεί μεγάλο πρόβλημα στην τελευταία η οποία δεν είχε την οικονομική δυνατότητα να αντικαθιστά τις φιάλες διαρκώς. Τα τελευταία 2-3 χρόνια, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν είναι τόσο επιθετική γιατί φοβάται τις επιπτώσεις»*.

- Αναφορές από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης

1312 Σε έγγραφο αναφοράς περιστατικού του […], πωλητή της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης[1475], επισημαίνεται ότι σε πρόταση συνεργασίας που υπέβαλε ο τελευταίος την 21.06.2005 στον υπεύθυνο πωλήσεων της χονδρεμπορικής επιχείρησης, […], έλαβε την ακόλουθη απάντηση: *«[θ]α εκτιμούσα πολύ να δουλέψω Βεργίνα επειδή είναι τοπικό προϊόν, αλλά λόγω ανωτέρας δύναμης μας απαγορεύουν να δουλέψουμε άλλη μπύρα εκτός από τις μπύρες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*. Περαιτέρω, ο πωλητής της εταιρίας αναφέρει: *«Όταν είδα στις αποθήκες τους κενά πλαστικά κιβώτια μπύρας ΒΕΡΓΙΝΑ, τα οποία όπως μου ανέφερε τα είχαν παραλάβει από διάφορα καταστήματα τ*[…]*, του πρότεινα να τα πάρει η εταιρία μου πίσω και να ξεκινήσουμε νέα συνεργασία, η απάντησή του ήταν "υπάρχει βέτο από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και τα κενά θα τα επιστρέψω σε συνεργάτη σας"»*. Σημειώνεται ότι ο Δ/νων Σύμβουλος της τελευταίας, […] επισήμανε σε στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου το 2007 ότι στο παρελθόν διακινούσε το εμπορικό σήμα «Βεργίνα», συνεργασία την οποία και διέκοψε καθώς υπήρχαν διαφωνίες: *«[σ]υνεργάστηκα παλιότερα με τη ΒΕΡΓΙΝΑ και ο λόγος της διακοπής ήταν ότι η ΒΕΡΓΙΝΑ έκανε και η ίδια διάθεση προϊόντων στα τελικά σημεία. Αυτό θεωρώ ότι ήταν λάθος στην αρχή της διακίνησης της»*. Κατά το διάστημα των ετών 2004 – 2008 η εταιρία έχει ελάχιστες αγορές και από τη […], αν και, όπως προκύπτει και από τα δεδομένα του Πίνακα 1 του Παραρτήματος 2, η συγκεκριμένη επιχείρηση διατηρεί κατά το ως άνω διάστημα ετών σχεδόν αποκλειστική σχέση συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, καθώς η αναλογία αγορών σε σήματα ζύθου της καθ' ης ξεπερνά το [95-100]% σε κάθε ένα εκ των ετών 2004 - 2008[1476].

[1474] Προπαρατεθείσα υπ' αριθ. 1034 ένορκη κατάθεση του […] την οποία προσκόμισε η Μύθος Ζυθοποιία στην υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.

[1475] Το συγκεκριμένο έγγραφο περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 1148/05.02.09 υποβολή στοιχείων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1476] Σημειώνεται ότι ο ο […], συνιδιοκτήτης και πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της εταιρίας «[…]» απέστειλε με πρωτοβουλία του την υπ' αριθ. πρωτ. 6888/01.11.2006 επιστολή στην Ε.Α. στην οποία αναφέρει ότι ουδέποτε

Περαιτέρω, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης με το από 26.02.2014 υπόμνημα που υπέβαλε ενώπιον της Ε.Α. παραθέτει επιπλέον περιπτώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων ανά την ελληνική επικράτεια οι οποίες αφορούν σε πιέσεις που δέχθηκαν εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας με στόχο την αποτροπή ή διακοπή διακίνησης των σημάτων της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης και τοποθετούνται χρονικά κυρίως στο τέλος της δεκαετίας 1990 και στις αρχές της επόμενης δεκαετίας. Συγκεκριμένα, αναφέρονται τα ακόλουθα περιστατικά:

i) *«Στο νησί της […], ο χονδρέμπορος […]αρνήθηκε να αγοράσει Βεργίνα το 1998. Ο […] της ΖΜΘ […] (ο οποίος την περίοδο 1997-2000 ήταν […] της ΖΜΘ) επισκέφτηκε το νησί δύο φορές για τις ανάγκες της προώθησης της Βεργίνα και επισκέφτηκε διάφορα καταστήματα και χονδρεμπόρους. Ο κ. […]μετέφερε στον […] μας κ. […]ότι ο […]του είπε να αφήσει μόνο μπουκάλια μπύρας και όχι κιβώτια καθώς δεν ήθελε την μπύρα στην εταιρεία του. Εξήγησε επίσης ότι ο […] της ΑΖ είπε πως η ΖΜΘ έπρεπε να σταματήσει. Ουσιαστικά, μόνο ένας μικρός χονδρέμπορος σε ένα χωριό δέχτηκε να διανείμει την μπύρα μας. Έτσι οι περισσότερες πωλήσεις της ΖΜΘ ήταν απευθείας πωλήσεις, κάτι το οποίο αποτελεί όμως ένα πολύ ακριβό τρόπο διανομής καθώς απαιτεί την συνεχή παρουσία πωλητών».*

ii) *«Στην περιοχή της Ροδόπης η ΖΜΘ ξεκίνησε να πουλάει μεγάλες ποσότητες. Παρ'όλα αυτά, πολλά καταστήματα αναφέρανε στην ΖΜΘ ότι, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς, με την υποκίνηση της ΑΖ, οι μπύρες που πουλιόντουσαν κοντεύανε να λήξουν. Τα καταστήματα δεν δεχόντουσαν να πάρουν προϊόντα τα οποία κόντευαν να λήξουν και ως αποτέλεσμα η φήμη της ΖΜΘ καταστράφηκε χάνοντας έτσι πωλήσεις την επόμενη χρονιά (1999) φτάνοντας σε επίπεδο περίπου […]€. Στη συνέχεια η ΖΜΘ αποφάσισε να ξεκινήσει μία καμπάνια πηγαίνοντας στα καταστήματα και πουλώντας την μπύρα απευθείας, μία πρακτική η οποία απέδωσε και αύξησε τις πωλήσεις της Εταιρείας μας σε ένα επίπεδο άνω των […]€».*

iii) *«Στην περιοχή του Έβρου: […] χονδρέμπορος […] δεν έβαζε τη Βεργίνα στην αποθήκη της αλλά μακρυά σε ένα οικόπεδο έτσι ώστε να μην μπορούν να το δούνε οι πωλητές της ΑΖ […] κατά το έτος 2001, ο […] (ιδιοκτήτης […]), προφανώς εκφοβισμένος από το προσωπικό της ΑΖ, έσπρωξε τον […] εκτός του καταστήματός του επειδή φοβόταν ότι οι πωλητές της ΑΖ θα τον έβλεπαν να μιλάει μαζί του. Κατά παρόμοιο τρόπο το 2001, προσφέραμε στον χονδρέμπορο […] και εκείνος φώναξε στους πωλητές μας και στον […] μας "να τα πάρετε από εδώ", αναφέροντας συγκεκριμένα ότι οι πωλητές της ΑΖ θα κάνουν φασαρία μην αφήνοντας τον να πάρει την μπύρα Βεργίνα. […] Επίσης το 2001, ο χονδρέμπορος […] επέστρεψε τα προϊόντα της ΖΜΘ, λόγω πιέσεων από την ΑΖ που ζητούσε αποκλειστικότητα. […] Έχουμε πληθώρα άλλων τέτοιων περιστατικών, π.χ. […], οι οποίοι όλοι τους ξεκίνησαν την συνεργασία με την ΖΜΘ αλλά έπειτα σταματήσανε, λέγοντας στον […] και στους πωλητές της Εταιρείας μας ότι η διακοπή της συνεργασίας έγινε λόγω πίεσης από την ΑΖ η οποία τους επέβαλε αποκλειστικούς όρους».*

iv) *«Στην περιοχή της […]: […] [έ]να άλλο παράδειγμα είναι ο […] ο οποίος συνεργαζόταν και υποστήριζε την ΖΜΘ. Ο εν λόγω είχε έναν […] με το όνομα […] ο οποίος ήταν επίσης χονδρέμπορος στη […] και έκανε εμπόριο υπό την δική του επωνυμία. Η ΑΖ δεν επέτρεπε στην […] να έχει και να διανέμει την Βεργίνα. Η […] πηγαίνανε στον […] για να πάρουν προμήθειες της Βεργίνα και να τις πουλήσουν χωρίς να τις*

ενοχλήθηκε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε θέματα ανταγωνισμού. Αναλυτικότερα επί του περιεχομένου της επιστολής, βλ. Παράρτημα 2.

περνάνε επίσημα μέσα από το κατάστημά τους. Ο […]είπε (2001) επίσης ότι ο […] δεν μπορούσε να πουλάει Βεργίνα καθώς η ΑΖ θα του "έβαζε τα δυο πόδια σε ένα παπούτσι" και θα έπρεπε να αγοράζει με λευκές επιταγές. […] Άλλα παραδείγματα συμεριλαμβάνουν την […], τους […]και τον […], οι οποίοι αρχίσανε να συνεργάζονται με την ΖΜΘ αλλά εν συνεχεία σταματήσανε, όπως μας ειπώθηκε, λόγω των πιέσεων που δεχτήκανε από την ΑΖ».

v) *«Στην περιοχή της Θεσσαλονίκης: […] Την περίοδο 2000 – 2001 η κάβα […] προμήθευε το bar " […]" αλλά έπειτα σταμάτησε. Ο […]της Εταιρείας μας επισκέφτηκε την […] και είδε μία βάση με το σήμα «μπύρες του κόσμου» το οποίο είχε μόνο μπύρες της ΑΖ. Όταν ρώτησε γιατί δεν συμπεριέλαβαν τη Βεργίνα, δεν πήρε απάντηση. Όμως παραδεχτήκανε ότι κρύβανε την μπύρα Βεργίνα στο bar " […]" για να αποφύγουνε τον εντοπισμό της από τους ανθρώπους της ΑΖ».*

vi) *«Στην περιοχή […], ο αντιπρόσωπος της ΑΖ " […]" αγόρασε μπύρα Βεργίνα, αλλά προφανώς δεν του επιτράπηκε ούτε καν να μετακινήσει τα προϊόντα από την αποθήκη του. Η ΑΖ επέβαλε αποκλειστικότητα στην " […]" και δεν τον άφηνε να πουλήσει την μπύρα Βεργίνα. Οι πωλητές της ΑΖ σημείωσαν πάνω στα κιβώτια με τη μπύρα Βεργίνα το σήμα «Χ» ώστε να τα μπορούν να τα αναγνωρίζουν και να εξασφαλίζουν ότι παρέμεναν εκεί και ότι δεν είχαν διανεμηθεί στα Τελικά Σημεία Πώλησης. Περαιτέρω, ο χονδρέμπορος […] ανέφερε στον […] μας […] ότι ήταν τρομοκρατημένος από την ΑΖ και ότι αυτός ήταν ο λόγος για τον οποίο δεν αγόραζε μπύρα Βεργίνα. Ομοίως, ο χονδρέμπορος […] ξεκίνησε σε κάποιο σημείο να συνεργάζεται με τη Βεργίνα αλλά όπως ανέφερε στον […] μας […], σταμάτησε έπειτα από τις πιέσεις της ΑΖ».*

1313 Ωστόσο σημειώνεται ότι η ΑΖ στην από 14.03.2014 προσθήκη – αντίκρουσή της χαρακτηρίζει τις ως άνω αναφορές που παρατίθενται στο υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, ως *«παντελώς αναληθείς και αναξιόπιστες»*. Προς επίρρωση των ισχυρισμών της η ΑΖ *[…]*[1477],*[…]*[1478].

1314 Αναλυτικότερα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία *[…]*[1479],*[…]*[1480]*[…]*. Επιπλέον, *[…]*[1481]:

[…][1482].*[…]*[1483]*[…]*.

1315 Αναφορικά δε με την περίπτωση της «[…]» υπενθυμίζεται ότι ο εκπρόσωπος της επιχείρησης […] το 2007 στο πλαίσιο σχετικού ερωτήματος που του υπέβαλε η Υπηρεσία κατά τη διάρκεια επιτόπιου ελέγχου ανέφερε ως λόγους συνεργασίας με την ΑΖ […], ενώ αρνήθηκε ότι τυχόν επιβολή εκ μέρους της καθ' ης ρήτρας αποκλειστικότητας.Αποδίδει δε τη διακοπή διάθεσης των σημάτων Βεργίνα και […]. Σημειώνεται ότι η εν λόγω εταιρία εμφανίζεται να διακινεί κατά τα έτη 2004 – 2007 τα σήματα ζύθου της ΑΖ σε ποσοστό [95-100]%.

1.4. Άλλες αναφορές

[1477] *[…]*.
[1478] *[…]*.
[1479] Κατά την ΑΖ η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης εκ παραδρομής την αναφέρει […].
[1480] Κατά την ΑΖ η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης εκ παραδρομής την αναφέρει […].
[1481] Ως προαναφέρθηκε […].
[1482] […]
[1483] *[…]*.

1316 Στις απαντήσεις τους πέντε εκ των ανωτέρω χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που ρωτήθηκαν σε σχέση με την προτίμησή τους σε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο πλαίσιο επιτόπιων ελέγχων που διεξήγαγε η Ε.Α. κατά το 2007, δήλωσαν: *«έχει τα προϊόντα που έχουν τη μεγαλύτερη κατανάλωση»*[1484], *«συνεργάζομαι γιατί είναι μεγάλη εταιρία και έχει μεγάλο κομμάτι στην αγορά, οπότε τη ζητάνε οι πελάτες»*[1485], *«[λ]όγοι επιλογής συνεργασίας με Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι ο μεγάλος κύκλος εργασιών, η καλή στρατηγική πωλήσεων της τελευταίας»*[1486], *«είναι ο leader της αγοράς, γι' αυτό συνεργαζόμαστε»*[1487] και *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία δεν έχει λόγο να ζητήσει αποκλειστικότητα λόγω της ζήτησης των σημάτων της»*[1488].

1317 Ο […], Αντιπρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» που δραστηριοποιείται στις περιοχές […], σε δήλωσή του, το 2009, σε στελέχη της Ε.Α. επεσήμανε ότι: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατέχει μερίδιο στις πωλήσεις μου περίπου [75-85]%, όσο δηλαδή έχει και στην αγορά [...] επιλέξαμε την Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω της μεγάλης ζήτησης των εμπορικών της σημάτων και της εδραίωσής της στην αγορά. Η συνεργασία μας ξεκίνησε το* […]*περίπου»*.

1318 Παρομοίως, το 2012, ο […], Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρίας « […]» με έδρα […], επεσήμανε ότι η αναλογία των αγορών του *«υπήρξε πάντα [85-95]% σε προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και [5-15]% σε προϊόντα της [...]»*, και διευκρίνισε ότι κριτήριο των αγορών του ήταν *«οι ανάγκες και η ζήτηση προϊόντων ζύθου εκ μέρους της αγοράς»* με συνέπεια να διαμορφώνεται αντιστοίχως η απόφαση της επιχείρησης για τους συνεργαζόμενους προμηθευτές μπίρας, καθώς και η αναλογία των αγορών.

1319 Επισημαίνεται ότι στο ίδιο μέρος έχει έδρα και η […]επιχείρηση «[…]» η οποία τροφοδοτεί από το […], όπως η ίδια η […] αναφέρει, το […] των αναγκών […] σε μπίρα διακινώντας αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από το 2001 έως και το 2010, ενώ από τις αρχές του 2011 ξεκίνησε να προμηθεύεται σήματα μπίρας της Μύθος Ζυθοποιίας, καθώς και της […]. Η ιδιοκτήτρια της επιχείρησης αναφέρει σχετικά με την αποκλειστική διακίνηση των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ότι δεν δεσμεύεται με την τελευταία μέσω έγγραφης ή προφορικής συμφωνίας εμπεριέχουσας ρήτρα αποκλειστικότητας, ενώ επισημαίνει ότι: *«[Α]πό το 2001 έως και το 2011 δεν είχε επισκεφθεί κάποιος εκπρόσωπος από άλλη προμηθεύτρια εταιρία, πλην της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, την επιχείρησή μου ζητώντας τη μεταξύ μας συνεργασία»*[1489] και ότι: *«Ανάλογα με τη ζήτηση που έχουν τα διάφορα προϊόντα ζύθου, προμηθευόμαστε εμπορεύματα από την αντίστοιχη προμηθεύτρια εταιρία. Η ζήτηση καθοδηγεί και τις παραγγελίες μου[...] Τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας τα διακινώ λόγω της ζήτησής τους [...]»*.

1320 Ο […], εκπρόσωπος της επιχείρησης «[…]» με έδρα […], ο οποίος δήλωσε το 2007 ότι υπάρχει

[1484] Δήλωση της εταιρίας «[…]».
[1485] Δήλωση της εταιρίας «[…]».
[1486] Δήλωση της εταιρίας «[…]».
[1487] Δήλωση της εταιρίας «[…]», ιδιοκτησίας της «[…]».
[1488] Δήλωση της εταιρίας «[…]».
[1489] Η […] αναφέρει σχετικά με την έναρξη της συνεργασίας της με τις άλλες δύο εταιρίες: *«Για* […]*, υπήρχε συνεργασία μας για* […] *και κατόπιν επίσκεψής μου σε έκθεση την περσινή χρονιά ζήτησα να μου προμηθεύουν και τη* […]. *Για τη Μύθος Ζυθοποιία, πέρασε από την επιχείρησή μου άνθρωπος της εταιρίας και ζήτησε να συνεργασθούμε»*.

αποκλειστική συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, επεσήμανε ότι αυτό σχετίζεται με προβλήματα που η επιχείρηση αντιμετώπισε στο παρελθόν στο πλαίσιο της συνεργασίας της με άλλες εταιρίες ζύθου, και ότι δεν έχει τεθεί από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρος αποκλειστικότητας[1490].

1.5. Εμπορική πολιτική

1.5.1. Εκπτώσεις

1321 Σε σχέση με την πολιτική της καθ' ης ως προς τις βασικές εκπτώσεις έναντι των πελατών που ανήκουν στο κανάλι των χονδρεμπορικών πωλήσεων[1491], ο *[…]* της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, δηλώνει το 2008[1492]: *[…]* [1493]*[…]»*.

1322 Από την ανάλυση της ετήσιας πραγματοποιηθείσας αξίας πωλήσεων των επιμέρους πελατών της εταιρίας[1494], καταρχάς επισημαίνεται ότι η συνολική μικτή αξία πωλήσεων κατά την περίοδο ετών 2005 - 2011 είναι κατά μέσο όρο ίση με *[…]* Ευρώ και αντιστοιχεί σε αριθμό πελατών ίσο κατά μέσο όρο με *[…]*. Η εξέταση των επιμέρους μεγεθών ανά πελάτη καταδεικνύει *[…]*. Από εξέταση των ανωτέρω ποσών της κατά μέσο όρο μικτής αξίας πωλήσεων, προκύπτει ότι στο μεγαλύτερο πελάτη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αντιστοιχεί ποσοστό[1495] ίσο με *[…]*% επί του συνολικού μεγέθους. Επίσης, το *[…]*% του μέσου όρου της μικτής αξίας πωλήσεων εντοπίζεται σε πελάτες στους οποίους αντιστοιχεί ποσοστό επί του συνολικού μεγέθους του μέσου όρου της μικτής αξίας πωλήσεων *[…]*%. Ανάλογα, ποσοστό ίσο με *[…]*% επί του μέσου όρου της μικτής αξίας πωλήσεων αντιστοιχεί σε πελάτες με ποσοστό συμμετοχής *[…]*% έως και *[…]*%, ενώ το υπόλοιπο *[…]*% αντιστοιχεί σε *[…]*[1496]. Συνεπώς, διαπιστώνεται ότι η συνεισφορά και το ειδικό βάρος της κάθε χονδρεμπορικής επιχείρησης είναι αρκετά

[1490] Πιο αναλυτικά, επισημαίνει ότι: *«[α]ν και προμηθεύομαι μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ο λόγος που διακινούμε μόνο αυτά τα προϊόντα είναι γιατί κατά καιρούς έχω συνεργαστεί και με άλλες εταιρίες π.χ. ΜΥΘΟΣ, HENNINGER,* […], *αλλά είχαμε προβλήματα στις συνεργασίες μας. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι πιο φερέγγυα και έχει την καλύτερη πολιτική. [...] διακόψαμε συνεργασία με την ΜΥΘΟ και την* […]*λόγω προβλημάτων που είχαμε στη συνεργασία και λόγω της χαμηλής ζήτησης των σημάτων αυτών». Αναφορικά με τα προαναφερόμενα προβλήματα συνεργασίας, διευκρινίζεται: «[τ]ο προϊόν της "Henninger" υποτιμόνταν συστηματικά από την ίδια την εταιρία. Όταν βγήκε το σήμα της ΜΥΘΟΣ η προμηθεύτρια εταιρία έκανε συμφωνία αποκλειστικής συνεργασίας με τον χονδρέμπορο* […]. *[...] Βέβαια αργότερα ήρθαν ως εταιρία και μας δώσαν προϊόντα "ΜΥΘΟΣ". Αλλά λόγω της αποκλειστικής αντιπροσώπευσης από άλλο χονδρέμπορο, σε εμάς προκλήθηκε ζημιά γιατί χάσαμε στο μεσοδιάστημα πελάτες. [...] Επίσης, παλαιότερα, συνεργαστήκαμε με την* […]*όταν ξεκίνησε η μπύρα. Η* […]*απαίτησε να μην κάνουμε εκπτώσεις στους πελάτες, οπότε το ποσοστό κέρδους να μένει σε εμάς. Όμως η μπύρα ήταν ακριβή οπότε το προϊόν αντιμετώπισε μεγάλα προβλήματα στο λανσάρισμα στην αγορά. Επίσης, η* […]. *Ο λόγος της διακοπής της συνεργασίας δεν είναι η ποιότητα του προϊόντος αλλά η τιμολογιακή πολιτική καθώς και η διανομή που έκανε ο ίδιος στα τελικά σημεία πώλησης. Ο λόγος που δεν κατέφερε η μπύρα* […] *να σταθεί στην αγορά είναι τα λάθη της ίδιας της εταιρίας»*.

[1491] Η καθ' ης δηλώνει ωστόσο (βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07 υποβολή στοιχείων) ότι *[…]*.

[1492] Η δήλωση περιλαμβάνεται στις απαντήσεις που δόθηκαν εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ερωτηματολόγιο που υπεβλήθη από στελέχη της Ε.Α. στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου (με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 4808/18.07.08 εντολή ελέγχου).

[1493] Προφανώς *[…]*.

[1494] Τα αναλυτικά στοιχεία των πελατών προσκομίσθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην Ε.Α. κατόπιν σχετικού αιτήματος της τελευταίας στις υποβολές στοιχείων με αριθ. πρωτ.: α) 1736/23.03.07, β) 6649/30.09.08, γ) 7723/4.11.08, δ) 8463/1.12.08, ε) 8661/15.12.08, στ) 2133/11.03.09, ζ) 5648/06.07.12 και η) 7925/11.10.13.

[1495] Μέσος όρος μικτής αξίας πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στον πελάτη κατά την περίοδο 2005 – 2011 επί του μέσου όρου της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων του συνόλου των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων – πελατών της εταιρίας κατά την ίδια περίοδο.

[1496] Στους πελάτες *[…]*.

μικρού μεγέθους σε σχέση με το σύνολο του καναλιού.

1323 Η εμπορική πολιτική εκπτώσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έναντι των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων συνίσταται *[…]*.

1324 Αναφορικά με την εφαρμογή της εμπορικής πολιτικής στους πελάτες του συγκεκριμένου καναλιού, ενδεικτικά αναφέρονται ακολούθως οι σχετικές δηλώσεις εκ μέρους ερωτηθεισών χονδρεμπορικών επιχειρήσεων:

• *«[σ]ταθερή πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Έχει σταθερές τιμές για όλους. Όλοι οι χονδρέμποροι έχουν το ίδιο ποσοστό έκπτωσης [...]%. […] Κάποια προσφορά που θα δώσει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα τη δώσει σε όλους»*[1497],

• *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι αυστηρή σχετικά με το ποσοστό έκπτωσης και δεν δίνει μεγαλύτερη έκπτωση. Αυτή η πολιτική τελικά μας βοηθάει εμάς τους χονδρεμπόρους να είμαστε ανταγωνιστικοί σε σχέση με τα super markets. […] Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από όταν έχει αρχίσει η συνεργασία μας είχε πάντα σταθερή πολιτική και σε εκπτώσεις και […] πίστωσης. Και τότε που δεν πουλούσαν, πάντα κρατούσε τους ίδιους όρους. Για παράδειγμα, δεν έχω λάβει [...]»*[1498],

• *« [...]. Αυτοί οι όροι είναι ίδιοι για όλους τους χονδρέμπορους, […]. Τους όρους αυτούς δεν μπορούμε να τους διαπραγματευτούμε. Τα [...]*[1499].

1325 Ακολούθως αναλύονται οι όροι της πολιτικής εκπτώσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

1.5.1.1. Έκπτωση […]

1326 Τα ποσοστά των χορηγούμενων εκπτώσεων […] που ίσχυαν έως *[…]* παρουσιάζονται […] στον ακόλουθο πίνακα[1500]:

[…][1501]

1327 […]. Ο […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, διευκρινίζει στην Ε.Α. […][1502]: […]. Τη συγκεκριμένη αλλαγή επιβεβαιώνουν και εκπρόσωποι χονδρεμπορικών επιχειρήσεων […], από τις απαντήσεις των οποίων προκύπτει ότι […][1503].

[1497] Δήλωση εκ μέρους της εταιρίας «[…]» το 2007 στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου.
[1498] Δήλωση της εταιρίας «[…]» το 2007 στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου.
[1499] Δήλωση της εταιρίας «[…]» το 2007 στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου.
[1500] Σύμφωνα με τις υπ' αριθ. πρωτ. 1736/23.03.07 και 4131/11.07.05 υποβολές στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα στοιχεία του Πίνακα αφορούν στους όρους εμπορικής πολιτικής […] (με βάση την υπ’ αριθ. πρωτ. 4808/18.07.08 εντολή ελέγχου). Αναφορικά με το […], όπως φαίνεται και σε εσωτερικό σημείωμα ημερομηνίας 11.03.2005. Στο εν λόγω σημείωμα […]. Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 24.05.2006.
[1501] Αναφορικά με το «[…]» ο […] (στην ένορκη κατάθεση του σε στελέχη της Ε.Α. το 2006 επισημαίνει: *«Αναφορικά με τις εκπτώσεις, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μου χορηγεί έκπτωση* […].
[1502] Στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α. στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (με βάση την υπ’ αριθ. πρωτ. 4808/18.07.08 εντολή ελέγχου).
[1503] Τα εν λόγω στοιχεία προκύπτουν από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων τον Απρίλιο του 2009 (βλ. κεφ. «Έρευνα της Υπηρεσίας»). Η […] επιβεβαιώνεται, επιπλέον, και από δύο εκπροσώπους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία των εταιριών τους τον Ιανουάριο του 2009 ([…], εκ μέρους της εταιρίας «[…]» και […]

1328 Όπως δηλώνει η ίδια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία[1504] η έκπτωση […] Σύμφωνα πάντως με διευκρίνιση της εταιρίας […].

1329 Αναφορικά με την εφαρμοζόμενη εμπορική πολιτική εκπτώσεων για το επόμενο διάστημα, από […], η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προσκόμισε […][1505][…]. Σε αυτήν ανακοινώνει αναλυτικά τους όρους της νέας πολιτικής οι οποίοι […][1506]:

[…].

1330 Σχετικά δε με την ως άνω σκοπούμενη χορήγηση έκπτωσης […], η καθ' ης επισημαίνει:

[...].

1331 Ωστόσο, αναφορικά με τις συγκεκριμένες εκπτώσεις η εταιρία διευκρινίζει: […].

1332 Σε σχέση με την εν λόγω νέα εμπορική πολιτική της ΑΖ, με βάση τα στοιχεία του φακέλου δεν καταδεικνύεται επαρκώς κατά νόμο καταχρηστικότητα[1507].

1.5.1.2. Έκπτωση […]

1333 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επισημαίνει […]. Συγκεκριμένα, η εταιρία διευκρινίζει[1508] ότι […]. Αναφορικά δε με τα επόμενα έτη[1509], η εμπορική πολιτική προέβλεπε […]. Όπως φαίνεται σε εσωτερική επικοινωνία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1510], […]. Συγκεκριμένα, στην αλληλογραφία αναφέρεται: […]».

1334 Πιο αναλυτικά στον ακόλουθο πίνακα παρουσιάζεται η εν λόγω πολιτική: […]

1.5.2. Διαφημιστικές παροχές

1335 Αναφορικά με την επένδυση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ενέργειες διαφημιστικής προβολής στους πελάτες που ανήκουν στο κανάλι των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, η εταιρία δηλώνει σχετικά κατά το 2005[1511]: « […]».

Με την ως άνω θέση συντάσσεται και η πλειονότητα των ερωτηθεισών εκ της Ε.Α. χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, οι οποίες δήλωσαν ότι [...][1512, 1513].

εκ μέρους της εταιρίας «[…]»).

1504 Υπ' αριθ. πρωτ. 6210/05.08.13 υποβολή στοιχείων.

1505 Η εν λόγω επιστολή επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. […] υποβολή στοιχείων. Την ίδια επιστολή προσκομίζει και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης […]. Επισημαίνεται ότι η εταιρία παραθέτει σε σχετική αναφορά περιστατικού (συνταχθέντος από το […]) την άποψη της επιχείρησης «[…]» στη Θεσσαλονίκη επί της νέας εμπορικής πολιτικής. Συγκεκριμένα, στο έντυπο αναφέρεται ότι η ως άνω επιχείρηση «[…]». Παρομοίως, ο […] της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, […], συμμερίζεται την άποψη ότι η νέα εμπορική πολιτική της καθ' ης οδηγεί στον αποκλεισμό της τοποθέτησης άλλων προϊόντων λόγω έλλειψης χώρου. Κατά το στέλεχος της εταιρίας η νέα εμπορική πολιτική «[…]». Συναφώς επισημαίνεται ότι η καταγγέλλουσα, στην υπ' αριθ. πρωτ. 6169/30.07.12 επιστολή παροχής στοιχείων αναφέρεται σε παρόμοια […]: […].

1506 Τα πεδία της επιστολής με έντονη γραφή αποδίδονται από το συντάκτη της επιστολής.

1507 Βλ. ισχυρισμούς της Μύθος (υπόμνημα Μύθος της 28.02.2014, ενότητα 2.0) και προσθήκη αντίκρουση της ΑΖ της 14.03.2014.

1508 Υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05 υποβολή στοιχείων.

1509 Τα στοιχεία της εμπορικής πολιτικής περιλαμβάνονται στις ακόλουθες υποβολές στοιχείων: […].

1510 Έγγραφο ηλεκτρονικής επικοινωνίας […].

1511 Υποβολή στοιχείων υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05.

1512 Οι δηλώσεις εκπροσώπων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων […] είναι των […] και ο […]εκ μέρους της εταιρίας […].

1336 Από την εξέταση των αναλυτικών οικονομικών στοιχείων των πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1514] αναφορικά με την περίοδο των ετών 2005 – 2011 προκύπτει ωστόσο ότι […] αριθμός χονδρεμπορικών επιχειρήσεων έχουν λάβει ποσά για διαφημιστικούς σκοπούς. Το σύνολο των χορηγηθέντων ποσών αντιπροσωπεύει […] ποσοστό επί της συνολικής μικτής αξίας πωλήσεων που αντιστοιχεί στους πελάτες του συγκεκριμένου καναλιού. Ο Πίνακας 5 που ακολουθεί, περιλαμβάνει τα ως άνω σχετικά συνολικά μεγέθη.

Πίνακας 5

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Α) Αριθμός χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που έλαβαν ποσά για διαφημιστικούς σκοπούς	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
Β) Σύνολο χονδρεμπορικών επιχειρήσεων	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
Γ) % Α) επί Β)	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
Δ) Σύνολο χορηγηθέντων ποσών *(σε εκ. Ευρώ)*	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
Ε) Σύνολο μικτής αξίας πωλήσεων *(σε εκ. Ευρώ)*	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΤ) % Δ) επί Ε)	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

1337 Από την αναλυτική εξέταση των μεμονωμένων ποσοστών ανά πελάτη, προκύπτει ότι στην πλειονότητα των πελατών οι οποίοι έχουν λάβει παροχές για διαφημιστικούς σκοπούς, το μέγεθος του χορηγηθέντος ποσού είναι κατώτερο των […]. Στον Πίνακα 6 του Παραρτήματος 2 περιλαμβάνονται οι περιπτώσεις πελατών στους οποίους αντιστοιχεί ποσό παροχής υψηλότερο των […], κατά την υπό εξέταση περίοδο ετών 2005 – 2011 ([…]% επί του συνολικού αριθμού των αντίστοιχων πελατών στους οποίους χορηγήθηκαν παροχές για διαφημιστικούς σκοπούς έλαβαν ποσά ανώτερω των […]). Είναι αξιοσημείωτο ότι, όπως προκύπτει από την εξέταση των στοιχείων του Πίνακα, κατά το διάστημα των ετών 2005 – 2011, φαίνεται να να δόθηκαν εκ μέρους της καθ' ης ποσά ανώτερα των […] σε ορισμένες περιπτώσεις χονδρεμπόρων. Οι συγκεκριμένες περιπτώσεις πελατών αντιστοιχούν σε ποσοστιαία αναλογία εύρους […]% επί του συνολικού αριθμού των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που έλαβαν διαφημιστικές παροχές. Αριθμητικά μάλιστα πρόκειται για […] επιχειρήσεις τα έτη 2005 – 2006, […] το 2007, […] το 2008, […] το 2009, […] το 2010 και […] το 2011. Αξιοπρόσεκτο είναι επίσης, ότι κατά την περίοδο των ετών 2005 – 2010 τα υψηλότερα ποσά τα οποία παρατηρούνται είναι της τάξεως των […], ενώ τα αμέσως επόμενα μεγέθη κυμαίνονται σε επίπεδο χαμηλότερο των […] ή ακόμη και των […] (το έτος 2008). Το ίδιο ισχύει και για το έτος 2011, με την εξαίρεση της «[…]» η οποία έλαβε

[1513] Από το σύνολο των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που ρωτήθηκαν σχετικά, μόνο στην περίπτωση της εταιρίας «[…]», η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εμφανίζεται […] . Πιο συγκεκριμένα, ο εκπρόσωπος της εν λόγω εταιρίας επισημαίνει: «[…]».

[1514] Τα αναλυτικά στοιχεία των πελατών προσκομίσθηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην Ε.Α. κατόπιν σχετικού αιτήματος της τελευταίας στις υποβολές στοιχείων με αριθ. πρωτ. α) 1736/23.03.07, β) 6649/30.09.08, γ) 7723/4.11.08, δ) 8463/01.12.08, ε) 8661/15.12.08, στ) 2133/11.03.09, ζ) 5648/06.07.12 και η) 7925/11.10.13.

το δεύτερο υψηλότερο ποσό αξίας […], ενώ οι υπόλοιπες επιχειρήσεις ακολουθούν με ποσά μικρότερα των […].Τα δε υψηλότερα ποσά για πέντε συναπτά έτη ([…])[1515] αντιστοιχούν στην ίδια επιχείρηση με την επωνυμία «[…]», η οποία μάλιστα κατά την περίοδο των ετών 2004 – 2008 για την οποία ρωτήθηκε σχετικά, διακινούσε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ποσοστό σχεδόν ίσο ή ανώτερο του [85-95]%. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε υποβολή στοιχείων χαρακτηρίζει το μεγαλύτερο μέρος των ως άνω παροχών ως […][1516] . Επιπλέον το 2007 εξίσου υψηλό ποσό της τάξεως των […] αντιστοιχεί στην επιχείρηση «[…]» η οποία καθόλη τη διάρκεια των ετών 2004 – 2008 για την οποία ρωτήθηκε σχετικά, διακινούσε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποκλειστικά και μάλιστα σε ποσοστό [95-100]%.

1338 Εκ των ανωτέρω προκύπτει ότι, παρότι σύμφωνα με τις απαντήσεις των ερωτηθέντων χονδρεμπόρων που προαναφέρθηκαν και με την ανωτέρω αναφορά της ίδιας της καθ' ης[1517]: « […]» τουλάχιστον για την χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» συνιστούν […]. Από τα ανωτέρω στοιχεία δεν μπορεί να εξαχθεί μια γενική τάση ευνοϊκότερης μεταχείρισης, όσον αφορά στις παροχές πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που διακινούν αποκλειστικά τα εμπορικά της σήματα, ωστόσο στις ανωτέρω περιπτώσεις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που λαμβάνουν πολύ υψηλά ποσά ως διαφημιστικές παροχές διακινούν σήματα ζύθου της καθ' ης αποκλειστικά ή σε κάθε περίπτωση σε ποσοστό σχεδόν ίσο ή ανώτερο του [85-95]%.

1339 Συναφώς επισημαίνεται ότι ο […] της […] το 2012, δήλωσε: *«Σύμφωνα με όσα έχω ακούσει τον τελευταίο καιρό, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παρέχει ποσά της τάξεως των […] έως […] με τη μορφή τιμολογίου παροχής υπηρεσιών για υπηρεσίες οι οποίες δεν παρασχέθηκαν ή παρέχονται ούτως ή άλλως σε μία συνήθη εμπορική συνεργασία/δραστηριότητα και κατά συνέπεια συνιστούν καλυμμένες παροχές με αντάλλαγμα τη διατήρηση του μεριδίου της στις πωλήσεις της χονδρεμπορικής επιχείρησης. Άρα πρόκειται περί αμοιβών χωρίς αντίκρισμα».* Όπως προέκυψε από την ανάλυση των οικονομικών στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ποσά ανώτερα των […] προκύπτουν σε αρκετές περιπτώσεις, αν και δεν αποτελούν τον κανόνα.

1340 Στον Πίνακα 7 του Παραρτήματος 2 παρατίθενται οι δηλώσεις 28 χονδρεμπορικών επιχειρήσεων αναφορικά με: α) τις αμοιβές που έχουν λάβει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την προβολή και προώθηση των προϊόντων της εταιρίας, β) […] και γ) την ποσοστιαία αναλογία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επί της συνολικής αξίας αγορών σε μπίρα, για την περίοδο των ετών 2004 – 2008[1518].

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ: ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΗ ΜΕΤΑΧΕΙΡΙΣΗ ΣΤΟ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

1341 Από τα προεκτεθέντα προκύπτει σαφώς ότι η καθ' ης χρησιμοποιεί πρακτικές αποκλεισμού

[1515] Επιπλέον, όπως προαναφέρθηκε, […].
[1516] Βλ. σχετ. τις υπ' αριθ. πρωτ. 6649/30.09.08 και 8661/15.12.08 υποβολές στοιχείων. Συγκεκριμένα, στις εν λόγω υποβολές στοιχείων, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναφέρει ότι […].
[1517] Υποβολή στοιχείων υπ' αριθ. πρωτ. 4131/11.07.05.
[1518] Τα εν λόγω στοιχεία προκύπτουν από τις υποβολές στοιχείων των επιχειρήσεων στις οποίες υποβλήθηκε ερωτηματολόγιο τον Απρίλιο του 2009 (βλ. «Έρευνα της Υπηρεσίας»).

ανταγωνιστικών προμηθευτών. Ειδικότερα, αντί να συναρτά την ευνοϊκότερη πιστωτική της πολιτική με νόμιμους, αντικειμενικούς και γενικά ισότιμους εφαρμοζόμενους εμπορικούς λόγους, χρησιμοποιεί την πιστωτική της πολιτική (μεταξύ άλλων τη χειροτέρευση ή απειλή χειροτέρευσης των όρων πίστωσης) κατά τρόπο που να εξυπηρετεί τις εδώ εκτιθέμενες πρακτικές αποκλεισμού, επιφέροντας παράλληλα ανταγωνιστικό μειονέκτημα στους αντισυμβαλλόμενους που δεν δέχονται τους σχετικούς όρους αποκλεισμού ανταγωνιστικών σημάτων. Η καθ' ης χρησιμοποιεί, πέραν των πιστώσεων, μεταξύ άλλων, τη δυσμενή μεταχείριση μη αποκλειστικών χονδρεμπόρων, χρηματικές και άλλες παροχές, την προώθηση της συνεργασίας με τελικά σημεία σε αποκλειστικούς χονδρεμπόρους ως μέσα πίεσης και τρόπους για τον αποκλεισμό ανταγωνιστικών προϊόντων, την επιβολή αποκλειστικότητας, ή την επαύξηση της πίστης των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Παρομοίως, για να αυξήσει τις αγορές από τον -περιορισμένης δυναμικότητας και δυνατότητας αγορών- χονδρέμπορο προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, και να αποκλείσει τα ανταγωνιστικά σήματα απειλεί ή χρησιμοποιεί αντίστοιχα μέσα ως αντίποινα. Αυτές όλες οι πρακτικές της καθ' ης εντάσσονται στο πλαίσιο της στρατηγικής ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της.

2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΤΗΣ ΑΖ ΣΤΟ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

1342 Οι καταχρηστικές πρακτικές της καθ' ης, οι οποίες καταλαμβάνουν το επίπεδο του χονδρεμπορίου, αποτελούν μέρος της γενικότερης πολιτικής της καθ' ης για την αποτροπή της εισόδου και της ανάπτυξης των πραγματικών και εν δυνάμει ανταγωνιστών της στην αγορά, στο πλαίσιο της προσπάθειας ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της στην αγορά. Κατά την κρίση της Επιτροπής, η καθ' ης χρησιμοποιεί συστηματικά την εμπορική της πολιτική για επιβράβευση και παροχή κινήτρων σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που διακόπτουν ή ελαττώνουν τη συνεργασία τους με ανταγωνιστικές της καθ' ης επιχειρήσεις, καθώς και για την επιβολή κυρώσεων με τη χειροτέρευση των συναλλακτικών όρων ή την απόσυρση ωφελημάτων όταν ο εκάστοτε χονδρέμπορος διαθέτει ανταγωνιστικά προϊόντα. Η διακοπή της συνεργασίας του χονδρεμπόρου με ανταγωνιστές τίθεται συχνά ως προϋπόθεση για την άμεση συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Μέσω των χονδρεμπόρων, περαιτέρω, ασκείται πίεση σε τελικά σημεία πώλησης, με στόχο να προμηθεύονται τα προϊόντα της καθ' ης ενώ παράλληλα από την καθ' ης προωθούνται οι συνεργασίες των τελικών σημείων με τους προτιμώμενους χονδρεμπόρους και ο περιορισμός της συνεργασίας των τελικών σημείων με μη αποκλειστικούς χονδρεμπόρους και η ανάθεση της εξυπηρέτησης των τελικών σημείων καθώς και οι τριγωνικές πωλήσεις χρησιμοποιούνται ως κίνητρο για τη διακοπή διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων. Η σημασία του χονδρεμπορικού διαύλου διάθεσης είναι μεγάλη και αντανακλά και στο επόμενο στάδιο της λιανικής πώλησης. Όπως επισημαίνει η ανταγωνίστρια της καθ' ης, Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης ΑΕ[1519]: «*Εξαιτίας του υψηλού κατακερματισμού των σημείων πώλησης, και της εποχικότητας της ζήτησης η πρόσβαση σε χονδρεμπόρους είναι πρωταρχικής σημασίας για τους παραγωγούς ώστε να φτάσουν στην πιο επικερδή επιτόπια (κρύα) αγορά*».

1343 Ειδικότερα, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, η καθ' ης προβαίνει σε διακριτική μεταχείριση των χονδρεμπόρων και σε αποκλεισμό ανταγωνιστών ή επιβολή αποκλειστικότητας, οι

[1519] Υπόμνημα αρ. πρωτ. 9440/29.11.2012, σ. 7

οποίες επιτυγχάνονται με την παροχή σε αυτούς κινήτρων για αποκλειστικότητα / επαύξηση της πελατειακής πίστης και με την επαπείληση κυρώσεων και άλλων αντικινήτρων για τη συνεργασία τους με ανταγωνιστές. Η συνεργασία με τη χονδρεμπορική επιχείρηση ενίοτε συνδέεται με χορηγούμενα από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία δάνεια ή εγγυήσεις προς τις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες εξ αυτών των σχέσεων εξάρτησης καθίστανται πιο ευάλωτες στις πιέσεις της καθ' ης[1520]. Οι αντιανταγωνιστικές πρακτικές και τα αποτελέσματα αποκλεισμού συνίστανται ιδίως σε:

α) (απειλή) μείωσης της πίστωσης και του πιστωτικού ορίου (*plafond*) και τη χειροτέρευση των συναλλακτικών όρων όταν ο εκάστοτε χονδρέμπορος διαθέτει ανταγωνιστικά προϊόντα,

β) παροχή προνομιακών όρων πίστωσης για αποθεματοποίηση με στόχο τον περιορισμό του εφοδιασμού από ανταγωνιστές και τον αποκλεισμό αυτών,

γ) παροχή δανείων και άλλων οικονομικών κινήτρων στους πελάτες με τον όρο περιορισμού του εφοδιασμού τους από ανταγωνιστές,

δ) εν γένει επιβολή αποκλειστικότητας και διακοπή της διακίνησης και αντικατάστασης ανταγωνιστικών σημάτων, ενίοτε με την παροχή ανταλλαγμάτων όπως την ανάθεση στη χονδρεμπορική επιχείρηση τριγωνικών πωλήσεων και την προώθηση ή/και ανάθεση συνεργασιών με τελικά σημεία.

1344 Επισημαίνεται περαιτέρω ότι η εν λόγω εμπορική πολιτική της καθ' ης προς χονδρεμπόρους άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές, με αποτέλεσμα να περιέρχονται, πέραν των ανταγωνιστών, και χονδρεμπορικές επιχειρήσεις πελάτες της καθ' ης σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό (οι προτιμώμενοι από τη δεσπόζουσα επιχείρηση χονδρέμποροι ελάμβαναν παροχές που δεν χορηγούνταν προς συγκρίσιμους χονδρεμπόρους οι οποίοι δεν επεδείκνυαν πιστή συναλλακτική συμπεριφορά προς την καθ' ης)[1521].

Στην παρούσα εκτίθενται πολλές περιπτώσεις στις οποίες οι ίδιες οι επιχειρήσεις ή/και ανταγωνίστριες της εν λόγω δεσπόζουσας εταιρίας επιχειρήσεις αποδέχθηκαν ή υπέδειξαν αντιστοίχως την ύπαρξη όρου

[1520] Κατά τη χαρακτηριστική περιγραφή του […], η οποία αναλύεται στη συνέχεια: *«Σε περιπτώσεις άρνησης συνεργασίας* [ΣτΣ: ενν. του χονδρεμπόρου με την ανταγωνίστρια της καθ' ης]*, οι λόγοι είναι κυρίως η κάλυψη των αναγκών της Χ/Ε επιχείρησης από ανταγωνιστικά προϊόντα που ήδη διακινεί. Ένας από τους λόγους που δεν δέχεται η χονδρεμπορική επιχείρηση να […] και τα δικά μας προϊόντα είναι συνήθως ο φόβος για δυσμενείς συνέπειες εκ μέρους της μεγάλης εταιρίας του κλάδου, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η οποία κατέχει συνήθως το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεών τους. Οι δυσμενείς συνέπειες συνίστανται κυρίως στη μείωση της παρεχόμενης πίστωσης αλλά και στη μείωση του κύκλου εργασιών της Χ/Ε επιχείρησης που προκύπτει από τη μη προώθηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της συνεργασίας με συγκεκριμένα τελικά σημεία ειδικών συμφωνιών. Στα συγκεκριμένα σημεία κυρίαρχο λόγο έχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για την επιλογή του προμηθευτή. Άρα ο "καλός" χονδρέμπορος που δεν δέχεται ανταγωνιστικά προϊόντα εις βάρος των πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αμείβεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με την προώθηση συνεργασίας προμήθειας σε επιλεγμένα τελικά σημεία»*. Επίσης: *«Μία από τις πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είναι η πλήρης κάλυψη των χώρων αποθηκών (στοκάρισμα) των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων με αντάλλαγμα προνομιακή πίστωση με αποτέλεσμα να μην υπάρχει χώρος για ανταγωνιστικά προϊόντα. Αυτό λαμβάνει χώρα πριν την έναρξη της σαιζόν ([…]). Σε αυτό το διάστημα η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δίνει πολύ καλύτερη πίστωση. Τις περισσότερες φορές αυτό είναι καταναγκαστικό για τον πελάτη ο οποίος δεν μπορεί να μην το δεχθεί. Κατ' ουσίαν ορίζεται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με βάση τη δυναμικότητα του πελάτη ένα μίνιμουμ όγκου πωλήσεών της στον πελάτη. Οι πελάτες είναι "δεμένοι" στη συνεργασία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία λόγω προσημειώσεων στις οποίες έχει προβεί η ΑΖ (στο 90% των μεγάλων πελατών - χονδρεμπορικών επιχειρήσεων έχουν προσημειωθεί από την ΑΖ ακίνητα). Επίσης η ΑΖ δίνει κίνητρα σε Χ/Ε επιχειρήσεις παρέχοντάς τους δάνεια με τη μορφή μακροχρόνιας πίστωσης ή παρέχοντάς τους πάγιο εξοπλισμό π.χ. κλαρκ»*.

[1521] ΕΑ 207/ΙΙΙ/2002, ΕΑ 28/1985, επικυρωθείσα με την υπ' αριθμ. 5629/1986 απόφαση του ΔιοικΠρΑθ.

αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο πλαίσιο της εμπορικής τους συνεργασίας. Οι ανταγωνιστές της καθ' ης υποστηρίζουν τις καταγγελίες τους με ένορκες καταθέσεις υπαλλήλων τους, οι οποίοι αντιμετωπίζουν καθημερινά τη στρέβλωση του ανταγωνισμού και τα προβλήματα στην αγορά που προκαλεί η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αναφορές που επαληθεύονται από τα ευρήματα της Υπηρεσίας κατά τα εδώ εκτιθέμενα. Συνεπώς, από την έρευνα της Υπηρεσίας, και τα στοιχεία του φακέλου, μεταξύ των οποίων και από τις καταθέσεις των επιχειρήσεων, προκύπτει πληθώρα αλληλοσυμπληρούμενων και συγκλινόντων στοιχείων που καταδεικνύουν, πέραν αμφιβολίας, όπως και σε σχέση με τα key accounts και τα σημεία επιτόπιας κατανάλωσης, ότι και σε χονδρεμπορικό επίπεδο υφίστανται συμφωνίες ή επιβολή όρων αποκλειστικότητας και αποκλεισμού ανταγωνιστικών προϊόντων. Συνοδεύονται, δε οι όροι αυτοί, κατά κανόνα, από σημαντικές, ποικίλων τύπων, παροχές και από την απειλή χειροτέρευσης των συναλλακτικών όρων σε περίπτωση μη τήρησής τους.

1345 Συμπερασματικά, η καθ' ης προβαίνει σε καταχρηστική επιβολή όρων αποκλεισμού των ανταγωνιστών της και σε καταχρηστική συμπεριφορά μέσω ευνοϊκότερης μεταχείρισης στους αποκλειστικούς συνεργάτες της –ανάθεση σε αυτούς συνεργασιών με τελικά σημεία, υψηλότερες παροχές, κ.λπ.- είτε με τιμωρητική συμπεριφορά σε χονδρεμπόρους που διακινούν ανταγωνιστικά σήματα ή απειλές προκειμένου να αποτραπεί η εκκίνηση ή επέκταση συνεργασίας των χονδρεμπόρων με ανταγωνιστικούς της καθ' ης προμηθευτές (διακριτική μεταχείριση).

2.1. Προνομιακοί όροι πίστωσης για αποθεματοποίηση με στόχο τον περιορισμό του εφοδιασμού από ανταγωνιστές και τον αποκλεισμό αυτών

1346 Η εκ μέρους της δεσπόζουσας επιχείρησης χορήγηση παροχών εφόσον οι πελάτες της αναλάβουν την τήρηση σημαντικών αποθεμάτων που *de facto* περιορίζει το χώρο και εξαντλεί την αγοραστική δυνατότητα, και άρα τις ποσότητες ανταγωνιστικών προϊόντων που μπορεί να αγοράσει ο πελάτης συνιστά καταχρηστική πρακτική. Ειδικότερα, παροτρύνει τους πελάτες να εγγυώνται στη δεσπόζουσα επιχείρηση τα μερίδια αυτά και να περιορίζουν την πρόσβαση των ανταγωνιστών στην αγορά[1522] και κατατείνει εν τοις πράγμασι σε αποκλειστικότητα.

1347 Μορφή εκπτώσεων συνιστά και η αύξηση της πίστωσης για πληρωμές των προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης[1523]. Η παροχή εκπτώσεων και οικονομικών κινήτρων προς μεταπωλητές από μία δεσπόζουσα επιχείρηση πρέπει κατά τα προεκτεθέντα να στηρίζεται σε αντικειμενικό οικονομικό λόγο που να τη δικαιολογεί[1524]. Εκπτώσεις και οικονομικά κίνητρα που δίδονται στο πλαίσιο ενός σχεδίου η δεσπόζουσα επιχείρηση να διατηρήσει το μερίδιο αγοράς της ή να παρεμποδίσει την είσοδο ανταγωνιστών στη σχετική αγορά θεωρούνται καταχρηστικές[1525]. Τέτοιου είδους παροχή θα πρέπει να θεωρηθεί υπό τις συγκεκριμένες συνθήκες και αυτή που δίδεται για αύξηση αποθεματοποίησης[1526] η

[1522] 2002/405/ΕΚ, ό.π., παρ. 321 επ. και Τ-203/01, ό.π., σκ. 207-208, η οποία επικύρωσε την εν λόγω απόφαση της Ευρ. Επιτροπής.

[1523] 2002/405/ΕΚ, ό.π., σκ. 79.

[1524] Τ-203/01, ό.π., παρ. 140, Τ-228/97, ό.π., παρ. 218.

[1525] Τ-203/01, ό.π., σκ. 158-160.

[1526] Πρβλ. και απόφαση ΠΕΚ της 07.10.1999 στην υπόθεση Τ-228/97, Irish Sugar plc κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Συλλ. ΙΙ-02969, σκ. 214 *«η χορήγηση, από κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση, επιστροφών βάσει στόχου, ένα από τα άμεσα αποτελέσματα των οποίων ήταν, σύμφωνα με την ανάλυση της ίδιας της προσφεύγουσας, η*

οποία οδηγεί στη συνακόλουθη μείωση αγορών των προϊόντων των ανταγωνιστών[1527].

1348 Επίσης, διαφοροποίηση της συμπεριφοράς της δεσπόζουσας επιχείρησης έναντι των πελατών της αμέσως μετά την εκκίνηση συνεργασίας αυτών με κάποια ανταγωνίστρια εταιρία (π.χ. χειροτέρευση όρων συνεργασίας, επιβολή όρων μη εύλογων ή μη συνήθων για το διάστημα έως την έναρξη συνεργασίας με κάποια ανταγωνίστρια της δεσπόζουσας επιχείρηση) συνιστά καταχρηστική πρακτική αποκλεισμού και διακριτική μεταχείριση με στόχο την επαύξηση της πίστης των πελατών και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Σε κάθε περίπτωση, η χορήγηση προνομιακών όρων πίστωσης για λόγους αποθεματοποίησης συνιστά καταχρηστική εκμετάλλευση καθώς συνεπάγεται την παρεμπόδιση της κανονικής αναπτύξεως του ανταγωνισμού και είναι ασύμβατη με τον στόχο της υπάρξεως ανόθευτου ανταγωνισμού εντός της αγοράς. Δεν στηρίζεται σε οικονομική παροχή δικαιολογούσα το πλεονέκτημα αυτό, αλλά τείνει να αφαιρέσει από τον αγοραστή ή να περιορίσει τη δυνατότητα επιλογής του όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και να εμποδίσει την είσοδο στην αγορά των λοιπών προμηθευτών.

1349 Εν προκειμένω, διαπιστώνονται τα ακόλουθα. Καταρχήν, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατά δήλωσή της εφαρμόζει πίστωση […] για τους χονδρεμπόρους[1528], η οποία όμως δεν ακολουθείται σε αρκετές περιπτώσεις καθώς, όπως η ίδια αναγνωρίζει[1529]: […] Ομολογεί, επομένως, ότι αυξάνει […] πίστωσης δίχως κάποιο αντικειμενικό οικονομικό λόγο, αλλά μόνο για την αύξηση της αποθεματοποίησης σε περιόδους, κατά τις οποίες οι πελάτες της αποθεματοποιούν («στοκάρουν») προϊόντα. Προεκτέθηκε άλλωστε ότι από ηλεκτρονικά μηνύματα και αρχεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1530], προκύπτει σαφώς η χορήγηση […] πίστωσης σε αγορές πελατών κατά την περίοδο των μηνών […].

1350 Εξάλλου, η ίδια η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγνωρίζει ότι η παρέκκλιση από την πιστωτική πολιτική προς ορισμένο πελάτη εναπόκειται τελικά στη διακριτική ευχέρεια της Διεύθυνσης Πωλήσεων (σύμφωνα και με το εσωτερικό σημείωμα[1531] της 10.9.2004, το οποίο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα

δημιουργία αποθεμάτων και η συνακόλουθη μείωση των αγορών (παράγραφος 80 των αιτιολογικών σκέψεων της προσβαλλομένης αποφάσεως), συνεπάγεται την παρεμπόδιση της κανονικής αναπτύξεως του ανταγωνισμού [παράγραφος 152 των αιτιολογικών σκέψεων και άρθρο 1, σημείο 6, στοιχείο i, του διατακτικού της προσβαλλομένης αποφάσεως] και είναι ασύμβατη με τον στόχο της υπάρξεως ανόθευτου ανταγωνισμού εντός της κοινής αγοράς. Δεν στηρίζεται σε οικονομική παροχή δικαιολογούσα το πλεονέκτημα αυτό, αλλά τείνει να αφαιρέσει από τον αγοραστή ή να περιορίσει τη δυνατότητα επιλογής του όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και να εμποδίσει την είσοδο στην αγορά των λοιπών προμηθευτών». Στην υπόθεση αυτή, επομένως, θεωρήθηκε ότι ένας από τους λόγους που θεωρήθηκε καταχρηστική η συγκεκριμένη παροχή ήταν το γεγονός ότι οδηγούσε στη δημιουργία αποθεμάτων στα προϊόντα της δεσπόζουσας επιχείρησης και την συνακόλουθη μείωση αγορών των προϊόντων των ανταγωνιστών (βλ. και 97/624/ΕΚ, Irish Sugar, παρ. 82, 152).

[1527] T-203/01, Michelin κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 207-208 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει).

[1528] Υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού που φέρει ημ. αρ. πρωτ. 4131/11.7.05.

[1529] Με βάση απαντήσεις που δόθηκαν στις 21/7/2008 από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο επιτόπιας έρευνας.

[1530] Τα εν λόγω στοιχεία απαρτίζονται από: α) συνημμένο έγγραφο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, ημερομηνίας 21.03.2006, που ελήφθη κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας και β) από ηλεκτρονικά αρχεία που εντοπίστηκαν στο πλαίσιο του ίδιου ελέγχου και αναφέρονται στην πλειονότητά τους στο έτος 2004.

[1531] Εσωτερικό σημείωμα με θέμα «*Πλαίσιο οικονομικών συναλλαγών με πελάτες*» το οποίο φέρει ημερομηνία 10.9.04 και υπογράφεται από […]. Το έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο των γραφείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη..

γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, […][1532]. Τα ανωτέρω ενισχύονται και από την έρευνα της Υπηρεσίας που κατέδειξε ότι η πίστωση είναι εν προκειμένω κατ' εξοχήν εργαλείο άσκησης πίεσης στους πελάτες και αποκλεισμού των ανταγωνιστών, καθώς ο κανόνας των […]παρακάμπτεται για λόγους που δεν συναρτώνται απαραιτήτως με την κοινωνική ευαισθησία της εταιρίας, ούτε με τυχόν οικονομικές δυσκολίες του πελάτη, αλλά ότι είναι συνδεδεμένος με την παροχή κινήτρων αποθεματοποίησης σε προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

1351 Η πολιτική της χορήγησης μεγαλύτερης πίστωσης τους μήνες πριν την έναρξη της καλοκαιρινής περιόδου επιβεβαιώνεται και από: α) το προεκτεθέν έγγραφο της καθ’ ης της 07.03.2005 όπου αναφέρεται: «*ΘΕΜΑ: ΧΕΙΡΙΣΜΟΣ ΑΝΑΤΙΜΗΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ - ΤΙ ΓΙΝΕΤΑΙ ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ* […], β) το προαναφερθέν έγγραφο της εταιρίας συνημμένο σε ηλεκτρονικό μήνυμα μεταξύ στελεχών της εταιρίας[1533] της 11.03.2005 με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής» όπου περιέχονται μεταξύ άλλων προτάσεις επί του πλαισίου χορήγησης ειδικών πιστωτικών παροχών της εταιρίας, σε περιόδους π.χ. ανατιμήσεων ή εποχιακών αναγκών πελατών, συνδέεται η χορήγηση αυξημένων πιστώσεων («ειδικές πιστωτικές παροχές») όχι με γραμμικά κριτήρια ποσοτήτων αλλά με την εποχική συγκυρία και με την ανατίμηση, λαμβάνοντας υπόψη την ιδιαιτερότητα της αγοράς, την ποιότητα της συνεργασίας κ.λπ.[1534], γ) έτερο εσωτερικό σημείωμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1535] στο οποίο ζητείται να εγκριθεί αίτημα για επέκταση του χρονικού περιθωρίου πίστωσης σε επιχείρηση έως και […], με σκοπό την *ανάπτυξη του πελατολογίου του «κατά την έναρξη της σαιζόν στην τουριστική περιοχή* […].

1352 Η αυξημένη πίστωση παρέχεται λοιπόν από την καθ’ ης σε χονδρεμπόρους ενόψει της περιόδου αυξημένης ζήτησης του προϊόντος, προκειμένου οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι να καλύψουν την αποθηκευτική και αγοραστική τους δυναμικότητα της περιόδου με προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και άρα να επιτευχθεί de facto αποκλειστικότητα ή / και αποκλεισμός ανταγωνιστών από τις αποθήκες και μάλιστα για τη σημαντικότερη από την άποψη πωλήσεων περίοδο, με αντίστοιχες συνέπειες και σε σχέση με τη διοχέτευση των προϊόντων στα λιανικά σημεία που προμηθεύουν οι χονδρέμποροι.

1353 Η πρακτική της αύξησης της πίστωσης για την αύξηση των αγορών των πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τη δημιουργία αποθεμάτων επιβεβαιώνεται επίσης από σειρά καταθέσεων χονδρεμπόρων – συνεργατών της καθ’ ης ανά την Ελλάδα, όπως αυτές παρουσιάζονται αναλυτικά ανωτέρω[1536]: Ενδεικτικά ο […], εκ μέρους της επιχείρησης «[…]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή της […]αναφέρει: *«[τ]ο καλοκαίρι που έχει πολλή κίνηση μπορεί να μου δώσει πίστωση* […]*προκειμένου να πάρω περισσότερο εμπόρευμα»*. Ο […], ιδιοκτήτης της εταιρίας «[…]» δηλώνει ότι *«[τ]ην άνοιξη η*

[1532] Περαιτέρω, η ίδια η εταιρία αναφέρει ότι […] (υποβολή στοιχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού υπ’ αρ. πρωτ. 4131/11.07.05 και 1736/23.3.07).
[1533] […].
[1534] […].
[1535] Εσωτερικό σημείωμα συνημμένο σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το αίτημα αφορά στον πελάτη «[…]». Το έγγραφο φέρει ημερομηνία 14.04.2006.
[1536] Βλ. ανωτέρω.

Αθηναϊκή Ζυθοποιία διπλασιάζει […]*πίστωσης λόγω του ότι η αγορά έχει ανάγκη από stock λόγω έναρξης θερινής σαιζόν»*. Ο […], της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» αναφέρει «*…γίνονται προσφορές εν είδει πίστωσης (π.χ. οι αγορές* […] *με* […]*πίστωσης, όχι* […] *όπως συνηθίζεται, αλλά* […]». Σύμφωνα με τη χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» στο […]*«[σ]τη θερινή περίοδο αλλά και σε περιόδους ανατίμησης υπάρχει δυνατότητα να ζητήσουμε και να πάρουμε παράταση της αποπληρωμής των τιμολογίων»* ενώ σύμφωνα με την επιχείρηση «[…]» εξαίρεση στο γενικό κανόνα των […] πίστωσης εφαρμόζεται την περίοδο των ανατιμήσεων καθώς και στις εαρινές και καλοκαιρινές εκπτώσεις. Στην ίδια κατεύθυνση, σύμφωνα με την επιχείρηση «[…]», «*κατά την έναρξη της θερινής περιόδου, λαμβάνουμε παράταση πληρωμής για* […]». Περαιτέρω, η χονδρεμπορική εταιρία «[…]» δηλώνει: «*[...]* […] *πίστωσης όπου μου παρείχε και μου παρέχει η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είναι* […] *και μόνο στις αρχές κάθε έτους,* […]*, όπου συμπίπτει κάθε* […] *να γίνεται και ανατίμηση εις την τιμή πώλησης της μπίρας, αγοράζω εμπόρευμα για να στοκάρω περίπου* […]*Ευρώ και μου δίδεται περιθώριο να πληρώσω με* […]». Συναφώς σύμφωνα με την εταιρία […], οι […]πίστωσης αυξάνονται σε περιόδους ανατίμησης ή καλοκαιρινής περιόδου. Η χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» καταθέτει ότι *«πριν την έναρξη της θερινής περιόδου, υπάρχει μία παράταση του χρόνου λήξης των επιταγών μας»*. Περαιτέρω η «[…]» δηλώνει ότι *«[τ]ον* […] *μήνα* […]. Στην ίδια κατεύθυνση η επιχείρηση «[…]» δηλώνει ότι δίνεται περιθώριο πληρωμής […] *«στην αρχή της σαιζόν της μπίρας….»*. Ο […] εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» αναφέρει ότι *«[τ]ο* […] *κάθε έτους η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας χορηγούσε μεγαλύτερη πίστωση έως και* […]*κατά μέσο όρο»*. Επίσης, σύμφωνα με την κατάθεση […] που διατηρεί χονδρεμπορική επιχείρηση […] με την ίδια επωνυμία: «*Η διάρκεια της πίστωσης παραμένει σταθερή κατά τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, αν γίνει από μέρους μας μια μεγάλη παραγγελία στην αρχή της σαιζόν, μας παρέχουν μεγαλύτερη πίστωση*» […] «*Πίστωση μεγαλύτερη λαμβάνω όταν κάνω μεγαλύτερη παραγγελία, συνήθως αυτό είναι το* […].

1354 Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ως άνω καταθέσεις προέρχονται από χονδρεμπόρους οι οποίοι δραστηριοποιούνται ανά την Ελλάδα, ενδεικτικά […]. Περαιτέρω, οι εν λόγω χονδρεμπορικές επιχειρήσεις έχουν διαφορετικό μέγεθος και δυναμική, όπως προκύπτει από το γεγονός ότι η μικτή αξία πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας προς αυτούς εμφανίζει μεγάλες αποκλίσεις. Ενδεικτικά ο ετήσιος μέσος όρος πωλήσεων προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της επιχείρησης «[…]» υπερβαίνει […] Ευρώ, ενώ το αντίστοιχο μέγεθος για την επιχείρηση « […]» είναι περί τα €[…][1537].

1355 Εξάλλου, η υιοθέτηση της πρακτικής αυτής επιβεβαιώνεται και καταγγέλλεται και από τους ανταγωνιστές της καθ' ης, […] και Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης.

1356 Ειδικότερα […] κατέθεσε στην Ε.Α. ότι: «Μια από τις πρακτικές της ΑΖ είναι η πλήρης κάλυψη των χώρων αποθηκών (στοκάρισμα) των χ/ε επιχειρήσεων με αντάλλαγμα προνομιακή πίστωση, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει χώρος για ανταγωνιστικά προϊόντα. Αυτό λαμβάνει χώρα πριν από την έναρξη της σαιζόν ([…]). Σε αυτό το διάστημα, η ΑΖ δίνει πολύ καλύτερη πίστωση. Τις περισσότερες φορές αυτό είναι καταναγκαστικό για τον πελάτη, ο οποίος δεν μπορεί να μην το δεχθεί. Κατ' ουσίαν

[1537] Τα αναλυτικά στοιχεία των πελατών τα προσκόμισε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία στην Ε.Α. κατόπιν σχετικού αιτήματος της τελευταίας στις υποβολές στοιχείων με αριθ. πρωτ.: α) 1736/23.03.07, β) 6649/30.09.08, γ) 7723/4.11.08, δ) 8463/1.12.08, ε) 8661/15.12.08, στ) 2133/11.03.09, ζ) 5648/06.07.12 και η) 7925/11.10.13, βλ. ανωτέρω.

ορίζεται από την ΑΖ με βάση τη δυναμικότητα του πελάτη ένα μίνιμουμ όγκου πωλήσεων της στον πελάτη. Οι πελάτες είναι 'δεμένοι' στη συνεργασία με την ΑΖ λόγω προσημειώσεων στις οποίες έχει προβεί η ΑΖ (στο [85-95]% των μεγάλων πελατών-χ/ε επιχειρήσεων έχουν προσημειωθεί από την ΑΖ ακίνητα)»[1538].

1357 Συναφώς, και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης επισημαίνει ότι: «[η] ΑΖ χρησιμοποιεί το ντάμπινγκ αποθεμάτων ή τη δημιουργία "αποθήκης" για να εξασφαλίσει την αποκλειστικότητα: η ΑΖ "αδειάζει" μεγάλα αποθέματα μπίρας στις αποθήκες των χονδρεμπόρων, τα οποία δεν σχετίζονται με τον πραγματικό όγκο της παραγγελίας που γίνεται από τον χονδρέμπορο ώστε να αποφύγει τον εφοδιασμό με ανταγωνιστικά προϊόντα». Μάλιστα, όπως δηλώνει […] «[κ]άθε έτος αρχές της σαιζόν, η προσφιλής τακτική φορτώσεων της ΑΖ ήταν και παραμένει η υπερφόρτωση των αποθηκών, των εμπόρων με προϊόντα της: Χρησιμοποιεί την ανατίμηση των προϊόντων της, δηλώνοντας, μελλοντική αύξηση των τιμών της τάξης […] περίπου. Στο χρονικό διάστημα, από την ημερομηνία ανακοίνωσης της αύξησης μέχρι την ημερομηνία εφαρμογής, παροτρύνει τούς εμπόρους υποδεικνύοντας τους, συγκεκριμένες ποσότητες, (ανάλογα με την αποθηκευτική ικανότητα του καθενός) να προμηθευτούν (με τις παλιές τιμές) και τρόπο πληρωμής με επιταγή μεταχρονολογημένη, λήξης […]. Το αποτέλεσμα αυτής της κίνησης είναι: Α) Ο αποκλεισμός της τοποθέτησης άλλων προϊόντων λόγω έλλειψης χώρου (σε επισκέψεις μας λέγανε: που να τα βάλω δεν βλέπεις τι γίνεται; Τίποτε δεν χωράει.)…»[1539].

1358 Η πρακτική της χορήγησης πίστωσης για δημιουργία αποθέματος στους πελάτες επιβεβαιώνεται από την ένορκη κατάθεση […][1540], ο οποίος κατέθεσε ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία παρέχει μεγάλο περιθώριο πίστωσης για τις αγορές που λαμβάνουν χώρα στις αρχές του έτους προσπαθώντας να δεσμεύσει τους πελάτες εκμεταλλευόμενη την εποχικότητα του προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρει: *«Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί ως εργαλείο πώλησης στους χονδρέμπορους την πίστωση στην αρχή του χρόνου (άρα σε νεκρή περίοδο μπίρας), δίνοντας μεγάλες ποσότητες που πολλές φορές καλύπτουν πάνω από* […]*και πιστώνοντάς τους από* […]*. Με αυτόν τον τρόπο, ελέγχει απόλυτα την τελική κατανάλωση, αποκλείοντας όλους τους υπόλοιπους προμηθευτές από τους συγκεκριμένους χονδρέμπορους. Αυτό συμβαίνει εκ των πραγμάτων, καθώς οι χονδρέμποροι αυτοί, έχοντας γεμάτες τις αποθήκες τους, δεν μπορούν να δεχτούν να αγοράσουν άλλη μπίρα»*.

1359 Επίσης, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία, όπως ήδη έχει αναλυθεί, χορηγεί αυξημένη πίστωση σε περιόδους που ακολουθούν την ανακοίνωση ανατίμησης και που μπορεί να συμπίπτουν με την έναρξη της περιόδου θερινής αποθεματοποίησης. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται από καταθέσεις χονδρεμπόρων, όπως ενδεικτικά την εταιρία «[…]» με έδρα […], αλλά και τη χονδρεμπορική επιχείρηση «[…]» η οποία δηλώνει: *«[η] Αθηναϊκή Ζυθοποιία κάνει ανατίμηση συνήθως το* […]*. Εκείνη την περίοδο δίνεται μεγαλύτερη πίστωση* […]*ενόψει και του ανοίγματος της σαιζόν»* καθώς και […] διατηρεί ομώνυμη ατομική χονδρεμπορική επιχείρηση […] και αναφέρει σχετικά: *«οι ανταγωνιστές χονδρέμποροι προμηθεύονταν μεγάλες ποσότητες εμπορευμάτων με την παλαιά τιμή. Με τις ποσότητες αυτές, εκείνοι*

[1538] […]

[1539] Βλ. σχετ. τα υπ' αριθ. πρωτ. 2173/7.3.13 και. 2960/5.4.13 Συμπληρωματικά Υπομνήματα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης, βλ. αναλυτικά επί των καταθέσεων ανωτέρω.

[1540] […].

εξυπηρετούσαν τους πελάτες τους για […] *περίπου».*

1360 Εξάλλου, η αύξηση της πίστωσης με την ευκαιρία της ανατίμησης επιβεβαιώνεται και με ηλεκτρονικά αρχεία και μηνύματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1541], όπως αυτά αναλύθηκαν ανωτέρω. Ειδικότερα, εντοπίστηκε ηλεκτρονικό αρχείο το οποίο φέρει τίτλο « […]» και το οποίο περιλαμβάνει λίστα με κατανομή των κιβωτίων πώλησης για συγκεκριμένους πελάτες της εταιρίας στο Νομό […]με βάση το περιθώριο πίστωσης το οποίο κυμαίνεται από […]έως […]. Η εν λόγω αύξηση πίστωσης προκύπτει ότι εντάσσεται στο γενικότερο σχέδιο αντιανταγωνιστικού αποκλεισμού ανταγωνιστών της καθ' ης μέσω παροχών.

1361 Υπενθυμίζεται ότι σε υπηρεσιακό σημείωμα ημερομηνίας 19.01.2004 του […] προς το […] με κοινοποίηση το Διευθυντή […], προτείνεται πλάνο δράσης συνιστάμενης κυρίως στη […]. Η πρόταση του στελέχους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχει ως αντικείμενο τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών, όπως ρητά αναφέρεται στο σημείωμα, και συγκεκριμένα αποσκοπεί: «*στην καταπολέμηση των άλλων μαρκών στο νομό Μαγνησίας με μία νέα αρχή για το προϊόν "ΑΛΦΑ" σε συγκεκριμένα σημεία και περιοχές*», ενώ κρίνει ότι η *«συγκεκριμένη πρόταση θα μπορούσε να έχει πιλοτικό χαρακτήρα στο νομό Μαγνησίας και ανάλογα με τα αποτελέσματα να συνεχιστεί και σε άλλες περιοχές»*. Μάλιστα: «*η υλοποίηση των προαναφερθέντων προτάσεων είναι επιτακτική για την καταπολέμηση των άλλων μαρκών στο νομό Μαγνησίας, όπου όπως αντιλήφθηκα από τις παρουσιάσεις των πωλήσεων που έλαβε χώρα στις 12/01/2004,* […] *στο σύνολο των περιοχών* […]. *Πιστεύω πως η επιτυχία των προαναφερθέντων ενεργειών θα έχει πολλαπλό κέρδος για την εταιρεία μας και θα καλύψει το κόστος των παροχών και του διαφημιστικού υλικού σε βάθος χρόνου*».

1362 Εντοπίστηκαν, επίσης, δύο μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μεταξύ στελεχών της Διεύθυνσης […], στα οποία διακρίνεται ο υπολογισμός των ποσοτήτων μπίρας που θα διατεθούν με κανονική πίστωση και των αντίστοιχων με μεγαλύτερο περιθώριο πίστωσης […]εν όψει επικείμενης ανατίμησης[1542]. Η πρακτική επιβεβαιώνεται επίσης από ηλεκτρονικό αρχείο στο οποίο περιλαμβάνονται λίστες με πελάτες της εταιρίας στους Νομούς […] στους οποίους φαίνεται να κατανέμονται κιβώτια πώλησης με πίστωση […] . Τέλος επιβεβαιώνεται και από ηλεκτρονικό μήνυμα μεταξύ στελεχών της εταιρίας, στο οποίο επισυνάπτεται λίστα που παρουσιάζει την κατάσταση κατανομής πιστώσεων λόγω ανατίμησης στους […] πελάτες της Διεύθυνσης Βορείου Ελλάδος. Στη συγκεκριμένη λίστα, όπως και στην ανωτέρω περίπτωση, καθορίζεται ο τρόπος κατανομής της πίστωσης στους πελάτες […][1543].

1363 Ο τρόπος με τον οποίο η καθ' ης αντιμετωπίζει την πίστωση και την τιμολόγηση αποτυπώνεται στο προεκτεθέν εσωτερικό έγγραφο της καθ' ης του έτους 2005[1544] από το οποίο προκύπτει ότι η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε περιόδους ανατίμησης οδηγεί στην *«επίτευξη του επιθυμητού στόχου*

[1541] Ηλεκτρονικά αρχεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1542] Πρόκειται για τα μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της 04.02.2005 με θέμα […] και της 08.02.2006 με θέμα […]. Στο πρώτο εκ των αναφερθέντων η κατανομή της πίστωσης αφορά στη […].

[1543] Σημειώνεται ότι εντοπίσθηκε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) προγενέστερο του ανωτέρω (με ημερομηνία 16.03.2006) το οποίο αναφέρει το αντίστοιχο αίτημα εκ μέρους του […].

[1544] Έγγραφο που ελήφθη κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24/5/2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη.

κιβωτίων» ο οποίος μάλιστα προκύπτει από τη χορήγηση πίστωσης στα πωληθέντα κιβώτια πέραν της *«κανονικής ροής»* μέχρι να επιτευχθεί το «επιθυμητό νούμερο» πωλήσεων. Συνεπώς, μέσω της επέκτασης της πίστωσης, επιδιώκεται και η επαύξησης της πίστης των πελατών. Όπως δε έχει ήδη αναλυθεί ανωτέρω, στο έγγραφο αυτό ρητώς αναφέρεται ότι οι πιστώσεις [...], δηλαδή αρκεί ο χονδρέμπορος να παραγγείλει τον επιθυμητό αριθμό προϊόντων της καθ' ης, ο οποίος μπορεί να εξαντλεί τα περιθώρια της ταμειακής του ρευστότητας ή ακόμη και να υπερβαίνει τη δυναμικότητα της αποθήκης του· [...]. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται το αποτέλεσμα συσσωρευμένων αγορών εκ μέρους των χονδρεμπόρων σε περιόδους πριν από την έλευση της θερινής σαιζόν, σε χρόνους δηλαδή που η αποθεματοποίηση εκ μέρους του πελάτη, ως προς την οποία δίνεται το κίνητρο από την καθ' ης, θα έχει το μεγαλύτερο αντίκτυπο αποκλεισμού στους ανταγωνιστές προμηθευτές. Η [...] αναφέρονται ρητώς ως παράμετροι της εν λόγω πολιτικής.

1364 Όπως αναλύεται ανωτέρω, βάσει του προαναφερθέντος εσωτερικού εγγράφου με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής» στο οποίο περιέχονται μεταξύ άλλων προτάσεις επί του πλαισίου χορήγησης ειδικών πιστωτικών παροχών της εταιρίας, σε περιόδους π.χ. ανατιμήσεων ή εποχιακών αναγκών πελατών προκύπτει ότι η χορήγηση αυξημένων πιστώσεων ([...]) γίνεται όχι με γραμμικά κριτήρια ποσοτήτων αλλά με την εποχική συγκυρία και με την ανατίμηση, γεγονός που οδηγεί στην αύξηση των αγοραζόμενων από την καθ' ης ποσοτήτων κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών, και μάλιστα σε κρίσιμες για την αγορά περιόδους.

1365 Εξ όλων των ανωτέρω προκύπτει ότι κριτήριο χορήγησης αύξησης της πίστωσης εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας εν προκειμένω είναι η αποθεματοποίηση εκ μέρους των χονδρεμπόρων, ήτοι η αύξηση της πίστωσης χορηγείται σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο, ενόψει της επικείμενης αύξησης της ζήτησης και της σκοπούμενης απομόνωσης των χονδρεμπόρων από τους ανταγωνιστές της δεσπόζουσας επιχείρησης. Το οικονομικό κίνητρο παρέχεται από την καθ' ης για πλήρωση των αποθηκευτικών χώρων και την εξάντληση της αγοραστικής δυνατότητας των πελατών με όσο το δυνατόν περισσότερα προϊόντα της καθ' ης κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης χρονικής περιόδου, κατ' αποκλεισμό ανταγωνιστικών προϊόντων. Επομένως, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε καταχρηστική πρακτική που εφαρμόζεται σε χονδρεμπόρους διαφορετικών μεγεθών ανά την επικράτεια, η οποία συνίσταται σε πίστωση ενόψει ιδίως της έναρξης της περιόδου αυξημένης κατανάλωσης ζύθου προκειμένου να αγορασθεί επιπλέον εμπόρευμα το οποίο σωρεύεται στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις και καταλαμβάνει τους χώρους τους. Αυτό συνιστά αδικαιολόγητη διακριτική μεταχείριση και έχει ως στόχο και αποτέλεσμα την εν τοις πράγμασι αποκλειστικότητα και την παρεμπόδιση της (οικονομικής και πρακτικής) δυνατότητας αγορών από ανταγωνιστικούς προμηθευτές και μάλιστα για την πιο κρίσιμη περίοδο του έτους.

1366 Συμπερασματικά, παρέχονται προνομιακοί όροι πίστωσης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία προς τους πελάτες της χονδρεμπόρους ως κίνητρο για την αύξηση των αγορών σε προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τη δημιουργία αποθεμάτων περιορίζοντας με τον τρόπο αυτό τη δυνατότητα πελατών και ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων. Η πρακτική αυτή είναι αυτοτελώς καταχρηστική καθώς συνεπάγεται παρεμπόδιση της κανονικής αναπτύξεως του ανταγωνισμού, δεν στηρίζεται σε οικονομική παροχή δικαιολογούσα το πλεονέκτημα αυτό και τείνει να αφαιρέσει ή να περιορίσει το δικαίωμα των πελατών όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και να

εμποδίσει την είσοδο στην αγορά των ανταγωνιστών της δεσπόζουσας επιχείρησης.

2.2. Διακριτική μεταχείριση - Μείωση πίστωσης και πιστωτικού ορίου (plafond) και χειροτέρευση συναλλακτικών όρων όταν διατίθενται ανταγωνιστικά προϊόντα στο κανάλι διανομής των χονδρεμπόρων - χρησιμοποίηση οικονομικών κινήτρων και αντικινήτρων για επαύξηση πελατειακής πίστης

1367 Από πληθώρα στοιχείων αποδεικνύεται ότι η πιστωτική πολιτική χρησιμοποιείται από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία για τον αποκλεισμό ανταγωνιστών, ενώ η θέση της καθ' ης ότι δήθεν η πιστωτική πολιτική «*δεν είναι εργαλείο εμπορικής πολιτικής»* δεν υποστηρίζεται πειστικά. Τουναντίον, όπως αποδεικνύεται από τα κατωτέρω στοιχεία, με την πιστωτική πολιτική η καθ' ης μπορεί να διαφοροποιεί το ύψος της πριμοδότησης προς τους χονδρέμπορους κατά την υποκειμενική της κρίση επιφέροντας μονομερώς δυσμενείς μεταβολές όταν διατίθενται ανταγωνιστικά προϊόντα και αντιστρόφως να παρέχει οικονομικά κίνητρα και αντικίνητρα για την επαύξηση της πελατειακής πίστης.

1368 Τούτο προκύπτει καταρχήν από καταθέσεις των ιδίων των χονδρεμπόρων οι οποίες εκτέθηκαν αναλυτικά ανωτέρω. Ενδεικτικά, ο […] κατέθεσε ότι: ***«[σ]τους χονδρεμπόρους που συνεργαζόντουσαν αποκλειστικά μαζί της*** [ενν. την Αθηναϊκή Ζυθοποιία] ***ή σχεδόν αποκλειστικά χορηγούσε μεγαλύτερες πιστώσεις****. […] Ο αποκλειστικός χονδρέμπορος της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, που είχε πίστωση π.χ.* […] *από αυτή, μπορούσε να πουλάει στα τελικά σημεία πώλησης με πολύ μεγαλύτερη πίστωση από ό,τι εγώ»*[1545]. Ο εκπρόσωπος της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» στην […], επιβεβαιώνει το 2007 ότι η πιστωτική πολιτική ορίζει […] περιθώριο αποπληρωμής, ενώ γίνεται πιο ελαστική προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει θέσει η καθ' ης[1546].

1369 Ο χονδρέμπορος […] συναφώς καταθέτει ότι[1547]: «Επειδή, [...] δεν έχω ζητήσει ποτέ εξυπηρετήσεις, δεν έχω υποστεί πιέσεις. Αλλά και ένας επιπλέον λόγος πίεσης είναι πιστωτική πολιτική μετρητοίς π.χ. συνάδελφοι, επειδή διακινούσαν Μύθο, τους γύρισε σε μετρητοίς».

1370 […][1548] που διατηρεί χονδρεμπορική επιχείρηση […] καταθέτει ότι όταν ξεκίνησε τη διακίνηση ανταγωνιστικού προϊόντος (Βεργίνα) επισκέφθηκε το κατάστημά […] επιθεωρητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ο οποίος τους υπέδειξε να σταματήσουν το συγκεκριμένο σήμα καθώς επρόκειτο να λάβουν δάνειο με τη μορφή πίστωσης για την ανέγερση νέας αποθήκης. Κατόπιν τούτου περιόρισαν τη διακίνηση του ανταγωνιστικού προϊόντος μέχρι που ο επιθεωρητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είδε ότι υπήρχαν κάποια κιβώτια της "Βεργίνα" στην αποθήκη τους οπότε *«δεν ήρθε το σύνολο του φορτίου που είχαμε παραγγείλει από την Αθηναϊκή…»* και περαιτέρω καταθέτει ότι: «*Εξαιτίας του χαμηλού πιστωτικού ορίου που μου είχε θέσει η Αθηναϊκή, όταν γινόταν ανατίμηση του προϊόντος, η ποσότητα που μπορούσα να προμηθευτώ ήταν συγκεκριμένη και, ακόμη και αν ζητούσα περισσότερο προϊόν, μου απαντούσαν ότι δεν υπάρχει απόθεμα. Την ίδια στιγμή όμως, γνώριζα ότι οι ανταγωνιστές χονδρέμποροι προμηθεύονταν μεγάλες ποσότητες εμπορευμάτων με την παλαιά τιμή. Με τις ποσότητες αυτές, εκείνοι*

[1545] Αναλυτικά η κατάθεση του συγκεκριμένου χονδρέμπορου εκ μέρους της επιχείρησης […]αναφέρεται ανωτέρω.
[1546] Βλ. αναλυτικά ό.π.
[1547] […].
[1548] Ένορκη κατάθεση […].

εξυπηρετούσαν τους πελάτες τους για […], ενώ εγώ μόνο [...]. Με αυτόν τον τρόπο, γινόμουν ξανά λιγότερο ανταγωνιστική ως προς τα τελικά σημεία, ή αναγκαζόμουν να προσφέρω κι εγώ τη χαμηλότερη τιμή, με αποτέλεσμα να μειώνεται η κερδοφορία μου. [...]». Και ο […], επιβεβαιώνει, κατά τα προεκτεθέντα, τη μεταβολή της πιστωτικής πολιτικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατόπιν εισαγωγής ανταγωνιστικού προϊόντος.

1371 Έτερος χονδρέμπορος στην περιοχή […], αναφέρει ότι: «[η] πίστωση είναι […]. Ορισμένες φορές, ενόψει της καλοκαιρινής περιόδου, η πίστωση ήταν μεγαλύτερη και έφτανε τους […]. Αυτό δεν συμβαίνει σε όλους τους πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Εξ όσων γνωρίζω, οι πελάτες που λάμβαναν την παροχή αυτή, διακινούσαν αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»[1549]. Ο μάρτυρας καταθέτει επίσης ότι όταν ο ίδιος ξεκίνησε τη συνεργασία με τη Βεργίνα ο επιθεωρητής πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας είπε πως «τώρα που πήρατε ΒΕΡΓΙΝΑ, δεν μπορούμε να σας κάνουμε, ως Αθηναϊκή, τις "χάρες" που σας κάναμε μέχρι τώρα. Συγκεκριμένα, είπε ότι ήταν χάρη το γεγονός ότι μας έδιναν πίστωση παρόλο που ήμασταν […] και δεν υπήρχε εγγύηση για την αποπληρωμή, καθώς και το γεγονός ότι φορτώναμε με δικό μας μεταφορικό μέσο από την αποθήκη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […] (εξοικονομώντας το κόστος των μεταφορικών). Μου είπε επίσης ότι στο εξής θα έπρεπε να πληρώνουμε μετρητοίς και η παράδοση των εμπορευμάτων να γίνεται από την Αθηναϊκή, με δικά της μεταφορικά μέσα». Ο μάρτυρας προσθέτει ότι ο […] είπε πως τα ανωτέρω δεν ισχύουν και ότι επρόκειτο για προσωπικές απόψεις του […], δήλωση όμως η οποία δεν μετέβαλε την πολιτική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Κατά το μάρτυρα: «Επιφανειακά συνεχίστηκε η συνεργασία, αλλά με έμμεσες πιέσεις, όπως τεχνητές ελλείψεις εμπορευμάτων, έλλειψη προωθητικού και διαφημιστικού υλικού».

1372 Η χρήση της πιστωτικής πολιτικής από την καθ' ης για τον αποκλεισμό ανταγωνιστών αποδεικνύεται και από πληθώρα ενόρκων καταθέσεων υπαλλήλων της Μύθος Ζυθοποιίας τις οποίες η τελευταία υπέβαλε στην Ε.Α. το 2007[1550]. Σε αυτές αναφέρεται σειρά περιστατικών κατά τα οποία η Αθηναϊκή Ζυθοποιία περιόρισε το περιθώριο πίστωσης που χορηγούσε σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις εξαιτίας της διακίνησης σημάτων της Μύθος Ζυθοποιίας, καθώς και περιπτώσεων χονδρεμπορικών επιχειρήσεων οι οποίες δέχθηκαν παρόμοιες πιέσεις ως προς τους όρους της πληρωμής, περιστατικά τα οποία παρατίθενται αναλυτικά ανωτέρω.

1373 Είναι χαρακτηριστική η περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης […], για την οποία ο υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας […] καταθέτει ενόρκως[1551] ότι ο εν λόγω επιχειρηματίας έχει αναφέρει, τόσο στον ίδιο όσο και στον προϊστάμενό του […] ότι όταν ξεκίνησε η συνεργασία του με τη Μύθος Ζυθοποιία, το 1998, *«η αντίδραση της Αθηναϊκής ήταν να "γυρίσει" τον τρόπο πληρωμής του πελάτη από πίστωση σε μετρητοίς για χρονικό διάστημα περίπου ενός χρόνου»*. Είναι επίσης χαρακτηριστική η περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης […], για την οποία ο ως άνω υπάλληλος της Μύθος Ζυθοποιίας ομοίως καταθέτει ενόρκως ότι ο […] του είχε επανειλημμένα αναφέρει ότι κατά τη διάρκεια

[1549] Βλ. ένορκη κατάθεση […][…].

[1550] Βλ. σχετ. την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 υποβολή στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας, και αναλυτικά τα περιστατικά ανωτέρω.

[1551] […].

του 2004, ο πωλητής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […] έτυχε να βρίσκεται στον επαγγελματικό χώρο του τη στιγμή που εκείνος παραλάμβανε φορτίο με μπίρα «Μύθος». Σύμφωνα με την κατάθεση: *«[η] σχεδόν άμεση αντίδραση της Αθηναϊκής ήταν να ζητήσει από τον πιο πάνω πελάτη να πληρώσει σε διάστημα μικρότερο […] το υπόλοιπο που είχε σε μεταχρονολογημένες επιταγές, πριν από τις ημερομηνίες "λήξης" τους»*. Η ανωτέρω συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επιβεβαιώνεται και από την ένορκη κατάθεση έτερου υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας […][1552], που αναφέρεται στην περίπτωση της επιχείρησης […], στην οποία […] η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μείωσε το χορηγούμενο αριθμό ημερών πίστωσης από […] σε […] από την έκδοση του τιμολογίου και παράλληλα μείωσε το πλαφόν πιστώσεως. Η συγκεκριμένη αλλαγή στην πιστωτική πολιτική έλαβε χώρα, όπως αναφέρει ο καταθέτων, μετά την έναρξη συνεργασίας του συγκεκριμένου χονδρέμπορου με τη Μύθος Ζυθοποιία, *«με αποτέλεσμα να καταφεύγει ο πελάτης σε* […].

1374 Περαιτέρω, ενδεικτικές της εν λόγω τιμωρητικής, καταχρηστικής συμπεριφοράς της καθ' ης είναι οι καταγγελλόμενες και από τη Μύθος Ζυθοποιία και τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης περιπτώσεις χονδρεμπορικών επιχειρήσεων οι οποίες με την εισαγωγή ανταγωνιστικών προϊόντων δέχθηκαν πιέσεις ως προς τους όρους της πληρωμής. Για παράδειγμα, η Μύθος Ζυθοποιία καταγγέλλει[1553] ότι η χονδρεμπορική επιχείρηση […] *«[π]ιέστηκε για πληρωμή μετρητοίς εάν τοποθετούσε "Mythos"»*, ενώ για την περίπτωση του […] επισημαίνει ότι έφθασε σε σημείο να σταματήσει τη διακίνηση του σήματος «Μύθος» καθότι μεταξύ άλλων *«πιέστηκε για τρόπο πληρωμής»*. Περαιτέρω αναφέρει τις περιπτώσεις των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων […], στις οποίες η καθ' ης προσπαθεί να επιβληθεί *«[μ]ε πίεση ως προς τον τρόπο πληρωμής και τη μείωση του πλαφόν»*. Μάλιστα για τον […] αναφέρει: *«[ε]ίχε "Mythos" – πιέστηκε για τρόπο πληρωμής και μεταφορά τελικών σημείων σε άλλους Χ/Ε και μας σταμάτησε»*, ενώ αντίστοιχα για τον […]: *«[μ]ε πίεση ως προς τον τρόπο πληρωμής και μεταφοράς των σημείων που ελέγχει σε άλλους Χ/Ε, προσπαθούν να του επιβληθούν»*.

1375 Υπογραμμίζεται ότι η ανωτέρω πρακτική καταγγέλλεται και από […] καταθέτει το 2012 ότι: *«Ένας από τους λόγους που δεν δέχεται η χ/ε επιχείρηση να* […] *και τα δικά μας προϊόντα είναι συνήθως ο φόβος για δυσμενείς συνέπειες εκ μέρους της μεγάλης εταιρίας του κλάδου, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, η οποία κατέχει συνήθως το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεών τους. Οι δυσμενείς συνέπειες συνίστανται κυρίως στη μείωση της παρεχόμενης πίστωσης αλλά και στη μείωση του κύκλου εργασιών της χ/ε επιχείρησης που προκύπτει από τη μη προώθηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της συνεργασίας με συγκεκριμένα τελικά σημεία ειδικών συμφωνιών.[…]»*.

1376 Στην ίδια κατεύθυνση και η […] ανταγωνίστρια, Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναφέρει παρόμοιες πρακτικές αποκλεισμού του σήματος «Βεργίνα» από την αγορά και μεταξύ άλλων αναφέρεται στην περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» [1554], ο εκπρόσωπος της οποίας περιγράφει την πρακτική αυτή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας: «*Μία άλλη πρακτική της ΑΖ είναι ο έλεγχος των αποθηκών*

[1552] […].
[1553] Στο κείμενο της αρχικής της καταγγελίας υπ' αρ. 8461/29.12.2006.
[1554] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης και σχετ. Δελτίο Αναφοράς Περιστατικού που έχει συνταχθεί κατά την 13.11.2012 και υπογράφεται από το […] της εταιρίας, […].

των χονδρεμπόρων (το επίπεδο αποθεμάτων με τα προϊόντα τους) πιέζοντας συνεχώς για περισσότερη παρουσία των προϊόντων της στις αποθήκες τους. Εάν τα αποθέματα της ΑΖ είναι μειωμένα και υπάρχει παρουσία άλλων μπυρών τότε: Εάν ο χονδρέμπορος δεν έχει καμία οικονομική δέσμευση με την ΑΖ, τότε η εταιρία του κάνει προσφορά (εκπτώσεις, μεγαλύτερη πίστωση (πλαφόν), μεταχρονολογημένη επιταγή με λήξη […], διάφορα προωθητικά – ποτήρια κτλ). Εάν ο χονδρέμπορος είναι οικονομικά δεσμευμένος τότε η εταιρία τον απειλεί πως θα του μειώσει […] πίστωσης ή το πλαφόν του»[1555].

1377 Εξάλλου, όπως ήδη αναφέρθηκε κατά την αξιολόγηση της πιστωτικής πολιτικής της καθ' ης, ο τρόπος με τον οποίο η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αντιμετωπίζει την πίστωση και την τιμολόγηση αποτυπώνεται και σε εσωτερικό έγγραφό της του 2005[1556] από το οποίο προκύπτει ότι η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε περιόδους ανατίμησης οδηγεί στην *«επίτευξη του επιθυμητού στόχου κιβωτίων»* ο οποίος μάλιστα προκύπτει από τη χορήγηση πίστωσης στα πωληθέντα κιβώτια πέραν της *«κανονικής ροής»* μέχρι να επιτευχθεί το «επιθυμητό νούμερο» πωλήσεων. Συνεπώς, αντιστρόφως, η επέκταση της πίστωσης αποτελεί το οικονομικό κίνητρο για την επαύξηση της πίστης των πελατών και τον αποκλεισμό των ανταγωνιστικών σημάτων. Εκ των ανωτέρω είναι σαφές ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί την εμπορική - πιστωτική πολιτική της ως κίνητρο για να προμηθευθούν οι πελάτες της μεγαλύτερες ποσότητες εμπορευμάτων από αυτήν, για τον αποκλεισμό εναλλακτικών πηγών προμήθειας. Όπως εκτέθηκε αναλυτικά ανωτέρω, η νόθευση του ανταγωνισμού απορρέει εν προκειμένω από το ότι το οικονομικό πλεονέκτημα που παραχωρείται από την κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση δεν στηρίζεται σε οικονομικώς δικαιολογημένη αντιπαροχή, αλλά κατατείνει στο να εμποδίσει τον εφοδιασμό των πελατών της επιχειρήσεως αυτής από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις[1557]. Η συμπεριφορά της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης που συνίσταται σε ανατιμήσεις ή κίνητρα αποθεματοποίησης ενόψει της έναρξης της περιόδου αιχμής, ή η προεκτεθείσα παροχή ευνοϊκότερων πιστωτικών όρων για τους αποκλειστικούς / οιονεί αποκλειστικούς χονδρέμπορους και για αυτούς που αυξάνουν την αναλογία τους σε προϊόντα της καθ' ης κατ' αποκλεισμό ανταγωνιστικών σημάτων, καθώς και, αντιστρόφως, η απειλή χειροτέρευσης των συναλλακτικών όρων στους χονδρέμπορους που αρχίζουν ή εντείνουν τη συνεργασία με ανταγωνιστικούς προμηθευτές, συμπεριφορές που έχουν ως άμεσο στόχο και αποτέλεσμα τη μείωση των αγορών από ανταγωνιστικούς προμηθευτές, και / ή τη δημιουργία αποθεμάτων στους πελάτες κατά τρόπο ώστε να παρεμποδίζονται οι αγορές από ανταγωνιστές (βλ. προηγούμενη ενότητα), συνεπάγονται την παρεμπόδιση της κανονικής αναπτύξεως του ανταγωνισμού ενώ επίσης είναι ασύμβατες με το στόχο της υπάρξεως ανόθευτου ανταγωνισμού εντός της αγοράς. Δεν βασίζονται σε αντικειμενικά, γενικά κριτήρια ούτε στηρίζονται σε οικονομική παροχή δικαιολογούσα το αντιστοιχούν πλεονέκτημα, αλλά τείνουν να αφαιρέσουν από τον αγοραστή ή να περιορίσουν τη δυνατότητα επιλογής του όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και να εμποδίσει

[1555] Σημειώνεται συναφώς ότι στην επιστολή της καθ' ης προς τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις αναφορικά με την εφαρμοζόμενη πολιτική […] (επισυνάπτεται στην υπ' αριθ. πρωτ. 6210/05.08.13 υποβολή της καθ' ης και στο υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης) αναφέρεται […]: […]. Δεν δικαιολογείται εμπορικά και διευκολύνει την άσκηση πίεσης εκ μέρους της καθ' ης στο χονδρέμπορο για περισσότερες αγορές προϊόντων της ή/και για έλεγχο της τήρησης της αποκλειστικότητας.

[1556] Έγγραφο που λήφθηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη.

[1557] Michelin κατά Επιτροπής, σκέψη 71.

την είσοδο στην αγορά των λοιπών προμηθευτών[1558].

1378 Όπως εκτέθηκε ανωτέρω, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μεταβάλλει την πιστωτική πολιτική της αναλόγως με το αν οι πελάτες της συνεργάζονται με ανταγωνιστές της, και, εν γένει, χρησιμοποιεί οικονομικά κίνητρα για επαύξηση της πελατειακής πίστης των χονδρεμπόρων και απειλεί με χειροτέρευση συναλλακτικών όρων τους χονδρεμπόρους που συνεργάζονται ή επεκτείνουν τη συνεργασία με ανταγωνιστές της, με στόχο τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της από το δίαυλο διάθεσης των προϊόντων τους μέσω χονδρεμπόρων. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζει ευνοϊκότερη πιστωτική πολιτική σε πελάτες οι οποίοι διαθέτουν αποκλειστικά ή οιονεί αποκλειστικά τα προϊόντα της θέτοντας σε δυσμενέστερη θέση όσους συνεργάζονται με ανταγωνιστές της. Με δεδομένη τη σπουδαιότητα της πιστωτικής πολιτικής για έκαστο διανομέα αυτή η συμπεριφορά συνιστά σημαντικό κίνητρο για την προμήθεια προϊόντων από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατ' αποκλεισμό έτερων πηγών εφοδιασμού / ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καταχρηστική διακριτική μεταχείριση (εφαρμογή άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές κατά τρόπον ώστε ορισμένες επιχειρήσεις να τίθενται σε μειονεκτική θέση στον ανταγωνισμό) και συμπεριφορά κατατείνουσα σε αντι-ανταγωνιστικό αποκλεισμό, χωρίς αντικειμενική δικαιολόγηση.

1379 Επιπλέον, η χορήγηση των ως άνω οικονομικών κινήτρων έχει υποκειμενικό χαρακτήρα και ασαφή κριτήρια, και καταλείπει μεγάλη διακριτική ευχέρεια στη δεσπόζουσα επιχείρηση ως προς τη χορήγησή τους ή όχι. Η δεσπόζουσα επιχείρηση δύναται να ασκήσει μεγάλη πίεση στους πελάτες και να χρησιμοποιήσει το μηχανισμό κατά τρόπο εισάγοντα καταχρηστική διάκριση[1559]. Το γεγονός αυτό καταδεικνύεται σαφώς από τη δήλωση του […], αναφορικά με τον καθορισμό και την εφαρμογή του **πιστωτικού ορίου** ανά πελάτη. Ο […] παραδέχεται ότι σε περίπτωση υπέρβασης του πλαφόν, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία επιφυλάσσει […]. Επίσης, στο προαναφερθέν εσωτερικό έγγραφο της εταιρίας με τίτλο «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής» αναφέρεται σχετικά με την εξατομικευμένη εφαρμογή του πλαφόν ως διαπραγματευτικού εργαλείου και μέσου πίεσης των πελατών: […][1560][…]». Καθίσταται προφανής η σύνδεση του ύψους του πλαφόν σε συνδυασμό με την αύξηση των […] πίστωσης ως μέσου διαπραγμάτευσης / πίεσης μεταξύ άλλων για το σκοπό της αποθεματοποίησης κατά τα προεκτεθέντα και δη για κάλυψη των περιθωρίων ανάπτυξης (και προφανώς αποτροπή της ανταγωνιστικής διείσδυσης) κατά τους κρίσιμους μήνες ανάπτυξης.

2.3. Παροχή άλλων ανταλλαγμάτων για αποκλειστικότητα: πληρωμή χρηματικών ποσών για τη διακοπή διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων, τριγωνικές πωλήσεις και προώθηση συνεργασιών με τελικά σημεία

1380 Όπως εξετάζεται στη συνέχεια, η καθ' ης προβαίνει στην προσφορά σημαντικών χρηματικών ποσών ή

[1558] Πρβλ. απόφαση ΠΕΚ της 7.10.1999 στην υπόθεση T-228/97, Irish Sugar plc κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Συλλ. II-02969, σκ. 214.

[1559] Βλ. απόφαση Ευρ. Επιτροπής, 2002/405/ΕΚ, MICHELIN, παρ. 250-253, απόφαση ΠΕΚ T-203/01, Michelin κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 138-150.

[1560] Σε έγγραφο εσωτερικής επικοινωνίας το οποίο περιλαμβάνει τα πιστωτικά όρια των πελατών για το έτος 2003, αναφέρεται ότι […]. Πρόκειται για το μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου που εντοπίστηκε κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24/5/2006 στα γραφεία της εταιρίας. Το e-mail φέρει ημερομηνία αποστολής 24/3/2003.

της ανάθεσης τριγωνικών πωλήσεων και συνεργασιών με τελικά σημεία σε χονδρεμπόρους, υπό τον όρο ότι η χονδρεμπορική επιχείρηση – πελάτης θα έχει αποκλειστική συνεργασία με την δεσπόζουσα προμηθεύτρια / θα διακόψει τη διανομή ανταγωνιστικών προϊόντων. Τα εν λόγω περιστατικά συνιστούν κατά τα ανωτέρω πρακτικές αποκλεισμού και απροκάλυπτους περιορισμούς του ανταγωνισμού[1561]. Ειδικότερα, εκπτώσεις, καταβολή χρηματικών ποσών και εν γένει παροχές υπό όρους αποκλειστικότητας ή οιονεί αποκλειστικότητας καθώς και παροχές ισοδύναμες ως προς το αποτέλεσμά τους με αυτές και περιορισμοί στη διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων είναι καταχρηστικοί και απαγορεύονται. Σύμφωνα με όλη την προεκτεθείσα νομολογία, η εκ μέρους μιας δεσπόζουσας επιχείρησης δέσμευση των αγοραστών, έστω και κατόπιν αιτήσεώς τους, με την υποχρέωση ή υπόσχεση από μέρους τους κάλυψης του συνόλου ή σημαντικού τμήματος των αναγκών τους αποκλειστικά από την εν λόγω επιχείρηση αποτελεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης, είτε η υποχρέωση αυτή συμφωνήθηκε χωρίς αντάλλαγμα είτε με αντάλλαγμα. Το ίδιο ισχύει και όταν η εν λόγω επιχείρηση, χωρίς να δεσμεύει τους αγοραστές επίσημα, εφαρμόζει, είτε βάσει των όρων συμφωνιών που συνήφθησαν με τους αγοραστές είτε μονομερώς, σύστημα παροχών υπό τον όρο της κάλυψης από τον πελάτη του συνόλου ή του μεγαλύτερου μέρους των αναγκών του — άσχετα με το ύψος των αγορών του — από τη δεσπόζουσα επιχείρηση. Ως αποτέλεσμα των πρακτικών αυτών, η ελευθερία των πελατών να προμηθεύονται από ανταγωνιστικούς της καθ' ης προμηθευτές περιορίζεται. Η καθ' ης προβαίνει επομένως σε πρακτικές επιβολής αποκλειστικότητας και αποκλεισμού των ανταγωνιστών, για τον καταχρηστικό χαρακτήρα των οποίων παραπέμπουμε αναλυτικότερα, προς αποφυγή επαναλήψεων και στην αξιολόγηση των πρακτικών της καθ' ης στην ενότητα των πρακτικών στην επιτόπια κατανάλωση.

1381 Σειρά χονδρέμπορων επισημαίνουν τις δυσκολίες διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων τις οποίες αποδίδουν σε πρακτικές αποκλεισμού εκ μέρους της καθ' ης. Η καταγγέλλουσα καταθέτει σειρά περιστατικών όπου η καθ' ης έθεσε ευθέως, όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται τον όρο «……*ή εμείς ή αυτοί»*[ενν. τη Μύθος] ή έθεσε ως όρο σε χονδρέμπορο να σταματήσει τη διακίνηση των ανταγωνιστικών εμπορικών σημάτων για να *«του δώσουν την αποκλειστικότητα στην περιοχή του»* ή ότι «*έχουν φτάσει να αποθηκεύουν* [ενν. οι χονδρέμποροι] *τα δικά μας προϊόντα* [ενν. της Μύθος] *στην υπόγεια αποθήκη του σπιτιού τους και όχι στις επαγγελματικές τους εγκαταστάσεις για να μην γίνουν αντιληπτά από τους πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ» ή ότι «τα προϊόντα της εταιρίας μας* [ενν. της Μύθος] *δεν αποθηκεύονταν στην κύρια αποθήκη του χονδρεμπόρου αλλά σε ένα χώρο εκτός αυτής και συγκεκριμένα σε ένα παλιό container, προκειμένου να μην βλέπουν τα προϊόντα οι πελάτες του»* [1562].

1382 Ειδικώς αναφορικά με τις πρακτικές χορήγησης ανταλλαγμάτων για τη διακοπή διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων επισημαίνονται τα εξής:

[1561] Απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 12.06.2014 στην υπόθ. T-286/09, Intel κατά Επιτροπής, στην οποία, οι απροκάλυπτοι περιορισμοί μπορούσαν να δυσχεράνουν την πρόσβαση της ανταγωνίστριας στην αγορά και σύμφωνα με την οποία μια δεσπόζουσα επιχείρηση που επιχειρεί να εμποδίσει στοχευμένα τη διάθεση στην αγορά προϊόντων ανταγωνιστή της δεν μπορεί παρά να αποσκοπεί στο να βλάψει το συγκεκριμένο ανταγωνιστή. Οι πρακτικές αυτές προδήλως δεν συνιστούν αξιοκρατικό ανταγωνισμό.

[1562] Βλ. ανωτέρω.

1383 Η Μύθος Ζυθοποιία στην καταγγελία της αναφέρεται σε πρακτικές εξαγοράς αποθεμάτων ανταγωνιστών και χορήγηση άλλων άμεσων ανταλλαγμάτων για τη διακοπή της διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων εκ μέρους της καθ' ης. Σύμφωνα με την καταγγελία, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναλαμβάνει να καλύψει την αξία των προϊόντων της Μύθος Ζυθοποιίας που υπάρχουν στο στοκ των πελατών, καθώς και τις προωθητικές ενέργειες (sticker έκπτωσης κ.λπ.), προκειμένου να σταματήσουν οι πελάτες να πωλούν τα προϊόντα της Μύθος Ζυθοποιίας και να πωλούν αποκλειστικά τα προϊόντα της καθ' ης. Σχετικές είναι οι περιπτώσεις της εταιρίας της […], χονδρεμπόρου […], την οποία, σύμφωνα με την καταγγελία, επισκέφθηκαν πωλητές της καθ' ης οι οποίοι, της πρότειναν να της καλύψουν πλήρως με μετρητά την αξία των προωθητικών ενεργειών της καταγγέλλουσας ([…] αξίας […] δρχ περίπου) με τον όρο να επιστρέψει τα ανταγωνιστικά προϊόντα στη Μύθος Ζυθοποιία[1563]. Παρομοίως, η καταγγέλλουσα παραπονείται για την προσπάθεια των πωλητών της καθ' ης να αποσπάσουν τον πελάτη της […], χονδρέμπορο […], προτείνοντας να τον αποζημιώσουν για το κέρδος του από την πώληση των προϊόντων Μύθος υπό την προϋπόθεση της διακοπής της συνεργασίας με την καταγγέλλουσα[1564] καθώς και για την περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης […], για την οποία αναφέρεται ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία της ζήτησε να διακόψει τη συνεργασία με τη Μύθος Ζυθοποιία με αντάλλαγμα […].

1384 Και η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης προβαίνει σε συγκλίνουσες αναφορές[1565] τον Αύγουστο του 2013, τις οποίες αρνείται, κατά τα προεκτεθέντα, η καθ' ης. Ειδικότερα, παραθέτει την από 29.07.2013 αναφορά του […], υπογεγραμμένη και από τον ίδιο το [...], τον πελάτη της ΖΜΘ τον οποίο αφορά το περιστατικό […] σχετικά με προσφορές που δέχθηκε από στελέχη της καθ' ης προκειμένου να σταματήσει να διακινεί ανταγωνιστικά προϊόντα. Σύμφωνα με την εν λόγω αναφορά κλιμάκιο πέντε ατόμων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ΑΕ, με επικεφαλής τον […], του έκαναν πρόταση να του δώσουν […], με την προϋπόθεση ότι θα σταματήσει εντελώς να δουλεύει την μπύρα Μύθος και τα άλλα της προϊόντα που εμπορεύεται εδώ και χρόνια […], και επιπλέον θα του δώσουν και […]. Του πρότειναν, επίσης, σε περίπτωση που σταματήσει να δουλεύει και την μπύρα Βεργίνα της εταιρίας ΖΜΘ […] να του δώσουν και […] θα ανακοινωθεί όταν αποδεχθεί την προσφορά ο [...]. Τέλος, του πρότειναν εάν συνεργαστεί μαζί τους, να του δίνουν τιμή για το χαρτοκιβώτιο Άλφα […], και επιπλέον έκπτωση […]. Ο [...] αναφέρθηκε επίσης σε περιστατικό με τον πελάτη του που έχει το εστιατόριο […], στον οποίο το ίδιο κλιμάκιο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας πρότεινε, υπό τον όρο ότι θα αντικαταστήσει την μπίρα Μύθος σε φιάλη και το βαρέλι Βεργίνα με Άλφα φιάλη και βαρέλι, να του δώσουν […].

1385 Αναφορικά με τη χρήση της δυνατότητας τριγωνικών πωλήσεων ως μοχλό πίεσης στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις για τη διακοπή της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων επισημαίνονται τα εξής: Όπως έχει ήδη επισημανθεί οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις αναλαμβάνουν την προμήθεια επιχειρήσεων που έχουν συνάψει με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία συμφωνίες προμήθειας και διάθεσης των προϊόντων ζύθου που διακινεί και μάλιστα επιδιώκουν να συνεργαστούν με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία στο πλαίσιο εξυπηρέτησης των ως άνω κεντρικών συμφωνιών, καθώς με αυτόν τον τρόπο διευρύνουν το πλαίσιο

[1563] Στην καταγγελία επισυνάπτεται εσωτερικό σημείωμα δήλωσης – αναφοράς της 15/6/2001, στο οποίο περιγράφεται το περιστατικό με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και […].
[1564] Το συγκεκριμένο περιστατικό αναφέρεται και στην υπ' αριθ. […]. Η εν λόγω ένορκη κατάθεση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 υποβολής στοιχείων της εν λόγω εταιρίας.
[1565] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 συμπληρωματικό υπόμνημα.

συνεργασίας τους με την καθ' ης, αποκτούν πρόσβαση σε πελατολόγιο η εξυπηρέτηση του οποίου εξασφαλίζει μία σταθερή αμοιβή.

1386 Εκ των διαθέσιμων στοιχείων και σε σχέση με την κατά τα ανωτέρω εξυπηρέτηση λιανικών σημείων προκύπτει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία χρησιμοποιεί το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων ως μοχλό πίεσης στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις για τη διακοπή της διακίνησης ανταγωνιστικών σημάτων. Η συγκεκριμένη πρακτική αναφέρεται κυρίως στην ένορκη κατάθεση του υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιίας, […][1566] σύμφωνα με την οποία η καθ' ης θέτει ως προϋπόθεση για τη συνεργασία υπό το σχήμα των τριγωνικών πωλήσεων, τον περιορισμό της διακίνησης των σημάτων της καταγγέλλουσας και αναφέρει τις περιπτώσεις[1567] : (α) χονδρεμπόρων στην περιοχή της […] στους οποίους η καθ' ης υπόσχετο να αναθέσει τμήμα των τριγωνικών *«υπό την αυστηρή και απαραίτητη προϋπόθεση να διακόψουν αμέσως κάθε σχέση και επαφή με την εταιρία μας* [ενν. τη Μύθος Ζυθοποιία] *και τα προϊόντα της, απειλώντας τους ταυτόχρονα ότι εάν δεν συμμορφωθούν με αυτό θα προχωρήσουν και σε άλλα μέτρα υπονοώντας τη διακοπή ή την επί τα χείρω τροποποίηση της μέχρι τότε συνεργασίας τους»*, (β) την περίπτωση της εταιρίας « […]» χονδρεμπόρου στη […] στον οποίο ζητήθηκε τον Οκτώβριο 2006 η διακοπή της εξυπηρέτησης των τριγωνικών πωλήσεών της Καταγγέλουσας, ως προϋπόθεση για να συμμετάσχει στις τριγωνικές πωλήσεις των προϊόντων της καθ' ης, (γ) χονδρεμπόρων […] που αρνήθηκαν να συνεργαστούν με την Καταγγέλλουσα φοβούμενοι την απώλεια των τριγωνικών πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην […], (δ) […] χονδρεμπόρου στην […], όπου υπήρξαν απειλές για διακοπή της εξυπηρέτησης των τριγωνικών πωλήσεων της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ αμέσως μόλις διαπιστώθηκε ότι πενταπλασιάστηκαν οι αγορές από τη Μύθος Ζυθοποιία.

1387 Η συγκεκριμένη πρακτική αναφέρεται και στην κατάθεση έτερου υπαλλήλου της Μύθος Ζυθοποιία[1568], όπου περιγράφεται η περίπτωση της χονδρεμπορικής εταιρίας […] και συγκεκριμένα ότι όταν η χονδρεμπορική επιχείρηση το […] ξεκίνησε να εξυπηρετεί σημεία τριγωνικής για την καταγγέλλουσα, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διέκοψε την εξυπηρέτηση του […] που μέχρι τότε είχε αναθέσει στην […] και την ανέθεσε σε άλλο χονδρέμπορο.

1388 Συναφώς, […] τονίζει ότι «μία χονδρεμπορική επιχείρηση σαφέστατα ενδιαφέρεται να συμμετέχει στο σύστημα τριγωνικών πωλήσεων, δεδομένου ότι με αυτόν τον τρόπο αποκτά ένα σίγουρο εισόδημα που προκύπτει από την παροχή υπηρεσιών αποθήκευσης και διανομής. Η επιλογή χονδρεμπορικής επιχείρησης για τη συμμετοχή στο σύστημα τριγωνικών πωλήσεων συνιστά μοχλό πίεσης προς τις τελευταίες. Αυτό είναι κάτι που ισχύει μάλιστα για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. […] Εάν οι πωλήσεις σε προϊόντα της εταιρίας (της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας) οι οποίες προκύπτουν από το τμήμα της ανεξάρτητης εμπορίας της επιχείρησης[[1569]] βαίνουν μειούμενες υπάρχει ο κίνδυνος να χάσει το

[1566] […]. Η εν λόγω κατάθεση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 υποβολής στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1567] Βλ. αναλυτικά ανωτέρω.

[1568] […]. Η εν λόγω κατάθεση προσκομίσθηκε στην Ε.Α. στο πλαίσιο της υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 υποβολής στοιχείων της Μύθος Ζυθοποιίας.

[1569] Όπως διευκρινίζει: *«οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν στο σύστημα των τριγωνικών πωλήσεων παράλληλα διακινούν εμπορικά ποσότητες των προϊόντων ως εμπορική δραστηριότητα ανεξάρτητη της τριγωνικής πώλησης»*.

"προνόμιο" της τριγωνικής πώλησης. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία δύναται να διαγνώσει εάν η πτώση πωλήσεων οφείλεται σε εκτοπισμό αυτής έναντι ανταγωνιστών ή είναι αποτέλεσμα των συνθηκών της αγοράς π.χ. πτώση τουρισμού, μείωση ζήτησης κ.α.».

1389 Τέλος, αναφορικά με την προώθηση συνεργασιών με τελικά σημεία, υπό την προϋπόθεση ότι ο χονδρέμπορος θα διακόψει τη διακίνηση ανταγωνιστικών προϊόντων επισημαίνονται τα εξής:

1390 Σύμφωνα με σχετική αναφορά υπαλλήλου της καταγγέλλουσας[1570]: «[η] χονδρεμπορική εταιρία […] στον […] διαμαρτύρεται για το διάστημα 2005-2006 ότι η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ δεν τον αφήνει να αναπτυχθεί στην περιοχή του […] με ίσους όρους σε σχέση με […]. Μάλιστα αναφέρει ότι σε αρκετούς πελάτες του, που ο ίδιος προμηθεύει και με προϊόντα της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ, υπάρχει πίεση από πωλητές της ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ να προμηθεύονται από […] ώστε να μπορέσουν να πάρουν δωρεάν κιβώτια και διαφημιστικό υλικό. […] Σημειωτέον ότι η Εταιρία αυτή συνεργάζεται με τη ΜΥΘΟΣ».

1391 Στην ίδια κατεύθυνση […] επιβεβαιώνει την εν λόγω πρακτική και υπογραμμίζει το 2012 ότι: *«[έ]νας από τους λόγους που δεν δέχεται η χονδρεμπορική επιχείρηση να* […] *και τα δικά μας προϊόντα είναι συνήθως ο φόβος για δυσμενείς συνέπειες εκ μέρους της μεγάλης εταιρίας του κλάδου, της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας […] Οι δυσμενείς συνέπειες συνίστανται […] και στη μείωση του κύκλου εργασιών της χονδρεμπορικής επιχείρησης που προκύπτει από τη μη προώθηση εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της συνεργασίας με συγκεκριμένα τελικά σημεία ειδικών συμφωνιών».*

1392 Σχετική επισήμανση κάνει και έτερη ανταγωνίστρια της καθ' ης σε υπόμνημά της[1571] σύμφωνα με το οποίο: «[σ]ε συγκεκριμένες περιπτώσεις οι χονδρέμποροι οι οποίοι είχαν αποδεχτεί τον όρο αποκλειστικότητας εξασφάλιζαν εμπορική συνεργασία με συγκεκριμένα σημεία πώλησης τα οποία είχαν επίσης δεχτεί την τήρηση αποκλειστικότητας στη συνεργασία τους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Η ανωτέρω πολιτική φαίνεται ότι εφαρμοζόταν επιλεκτικά, σε συγκεκριμένους συνεργάτες και ενώ οι όροι συνεργασίας ήταν προφορικοί». Η ίδια επισημαίνει ότι: «η Αθηναϊκή Ζυθοποιία καθοδηγεί τα Τελικά Σημεία Πώλησης, με τα οποία συνεργάζεται κατ' αποκλειστικότητα, να προμηθεύονται ζύθο Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από συγκεκριμένους χονδρεμπόρους»[1572] και διευκρινίζει ότι η καθ' ης αναγκάζει τα σημεία τελικής κατανάλωσης, τα οποία έχει δεσμεύσει με αποκλειστικότητα «να εκτρέπουν τις παραγγελίες τους σε προτιμώμενους χονδρεμπόρους, προφανώς για να ελέγχουν όντως ότι η υποχρέωση αποκλειστικότητας τηρείται»[1573]. Ως παράδειγμα, μάλιστα, χονδρεμπορικής επιχείρησης που συνεργάζεται υπό το συγκεκριμένο καθεστώς με τη δεσπόζουσα εταιρία, η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης κατονομάζει την επιχείρηση […]. Η ως άνω ανταγωνίστρια της καθ' ης εταιρία μνημονεύει, επίσης, την αναφορά της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» σχετικά με την οποία επισημαίνει: «[ι]διαίτερα σημαντικό είναι ότι […] ανάφερε ότι η ΑΖ κατεύθυνε ορισμένα bar/club σε συγκεκριμένους χονδρεμπόρους και αντιστρόφως».

[1570] Που προσκόμισε στην Ε.Α. η εν λόγω εταιρία με την υπ' αριθ. πρωτ. 6238/29.10.07 συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων.
[1571] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 9440/29.12.12 υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.
[1572] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2173/07.03.13 συμπληρωματικό υπόμνημα της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.
[1573] Βλ. σχετ. το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/05.04.13 συμπληρωματικό υπόμνημά της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

1393 Αντίστοιχες αναφορές έχουν γίνει και από εκπροσώπους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με όσα καταθέτει ο […] εκ μέρους της εταιρίας « […]», η Αθηναϊκή Ζυθοποιία είχε απευθείας συνεργασία […] με […] χονδρεμπορικές επιχειρήσεις, οι οποίες «*διακινούσαν αποκλειστικά και μόνο τα σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας*» και οι οποίες απολάμβαναν μεταξύ άλλων και «*άλλα προνόμια στην αγορά, όπως πρόσβαση σε προβεβλημένα τελικά σημεία με τα οποία συνάπτει συμφωνία η Αθηναϊκή (όπως αλυσίδες super market, μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες και μικρά μεν, αλλά σε επιλεγμένα σημεία, καταστήματα "κρύας" αγοράς)*». Στην ίδια κατεύθυνση ο […], εκ μέρους της εταιρίας « […]» καταθέτει ότι: *«[ο]ι όροι της συμφωνίας* (ενν. με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία) *ήταν να πουλάω προϊόντα δικά τους και όχι του ανταγωνισμού […] Εφόσον αποδεχόμουν τους όρους της συμφωνίας, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία κατηύθυνε τα τελικά σημεία να συνεργάζονται αποκλειστικά με εμένα»*.

1394 Τα ανωτέρω επιβεβαιώνονται και από την ένορκη κατάθεσή […] εκπροσώπου της επιχείρησης […] καταθέτει μεταξύ άλλων ότι: «*[μ]όνο κατά το τελευταίο έτος λάβαμε μικρή ποσότητα διαφημιστικού υλικού που προοριζόταν για τα τελικά σημεία πώλησης. Μέχρι τότε δεν είχα λάβει τίποτε και όταν ζητούσα διαφημιστικό υλικό για τα τελικά σημεία πώλησης, το έδινε απευθείας η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε αυτά. Γνωρίζω, βέβαια, ότι κατά την ίδια χρονική περίοδο, άλλοι χονδρέμποροι στην ίδια περιοχή λάμβαναν πολύ σημαντικές παροχές που προορίζονταν για τα τελικά σημεία πώλησης. […] Το γεγονός αυτό με καθιστούσε λιγότερο ανταγωνιστική σε σχέση με τους άλλους χονδρεμπόρους, καθώς τα τελικά σημεία πώλησης προτιμούσαν να συνεργαστούν με εκείνους και όχι με εμένα, αφού λάμβαναν καλύτερες παροχές και έδιναν την εντύπωση ότι είχαν μεγαλύτερη υποστήριξη από την πλευρά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Συγκεκριμένα, άκουγα ότι ο* […], *ο οποίος είναι ο μεγαλύτερος χονδρέμπορος στο* […] *και λάμβανε σημαντικές παροχές, είναι το "παιδί της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας"*». Όπως προκύπτει δε από την έρευνα της Υπηρεσίας, η εταιρία «[…]» διακινούσε σχεδόν αποκλειστικά προϊόντα ζύθου της δεσπόζουσας εταιρίας[1574], είχε προταθεί εντός της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η έγκριση χορήγησης πίστωσης ύψους […] για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής του συγκεκριμένου πελάτη και επίσης η συγκεκριμένη επιχείρηση αναφέρεται τόσο από το χονδρέμπορο «[…].

1395 Επίσης, αναφέρεται η κατάθεση του […] της εταιρίας «[…]», ο οποίος καταθέτει ότι «μη έχοντας τη δυνατότητα να συνεργαστώ με διανομείς, έχω αρχίσει να αντιμετωπίζω προβλήματα βιωσιμότητας της επιχείρησής μου. Ακόμη και εάν ήθελα να ξεκινήσω συνεργασία και με την ΑΖ, αυτό δεν θα ήταν δυνατόν, από τη στιγμή που διακινώ μπίρα "Βεργίνα" την οποία θα έπρεπε να διακόψω, όπως αναγκάζονται να πράξουν και οι πελάτες που αρνούνται συνεργασία»[1575].

1396 Οι εν λόγω συμπεριφορές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (επιβολή στους πελάτες της όρων διακοπής της συνεργασίας με ανταγωνιστές της, ανάθεση της συνεργασίας με τελικά σημεία ή των τριγωνικών πωλήσεων σε χονδρεμπόρους υπό τον όρο της αποκλειστικότητας, πληρωμές σε χονδρέμπορους για τον

[1574] Σημειώνεται ότι ο εν λόγω χονδρέμπορος, στην υπ' αριθ. πρωτ. 3612/06.05.09 υποβολή στοιχείων, δηλώνει ότι η ποσοστιαία συμμετοχή της αξίας αγορών των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στο σύνολο των αγορών μπίρας το έτος 2001 ήταν [85-95]%, το 2002 και το 2003 [85-95]%, το 2004 [95-100]%, το 2005 και το 2006 [85-95]%, το 2007 [85-95]% και το 2008, [85-95]%.

[1575] Βλ. ανωτέρω.

εξοβελισμό ανταγωνιστικών σημάτων) βλάπτουν άμεσα τον ανταγωνισμό, είναι καταχρηστικοί και απαγορεύονται. Κατά πάγια, δε, νομολογία, για να στοιχειοθετηθεί κατάχρηση δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η εξεταζόμενη πρακτική είχε συγκεκριμένο αποτέλεσμα στις οικείες αγορές - Αρκεί να αποδειχθεί ότι κατατείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή, ότι είναι ικανή ή μπορεί να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα. Όπως έκρινε το Δικαστήριο, μια δεσπόζουσα επιχείρηση που επιχειρεί να εμποδίσει στοχευμένα τη διάθεση στην αγορά προϊόντων ανταγωνιστή της δεν μπορεί παρά να αποσκοπεί στο να βλάψει το συγκεκριμένο ανταγωνιστή[1576].

1397 Μέσω των εν λόγω πρακτικών, η δεσπόζουσα επιχείρηση εμποδίζει τα εμπορικά σήματα ανταγωνιστών της να διατεθούν στην αγορά και υπονομεύει τη δομή ανταγωνισμού[1577]. Με τον τρόπο αυτό, οι ανταγωνιστές αποδυναμώνονται και οι καταναλωτές κινδυνεύουν να έχουν χαμηλότερο επίπεδο επιλογών, ενώ επίσης στους μη προτιμώμενους χονδρέμπορους επιβάλλεται ανταγωνιστικό μειονέκτημα. Η συμπεριφορά αυτή δεν αποτελεί αξιοκρατικό ανταγωνισμό με βάση τα προτερήματα της δεσπόζουσας επιχείρησης. Επιπλέον, η καταβολή χρηματικών ποσών ή άλλων ωφελημάτων από τη δεσπόζουσα επιχείρηση προς χονδρεμπόρους προκειμένου να παράσχουν αποκλειστικότητα ή εν γένει να περιορίσουν τη διανομή και κυκλοφορία των ανταγωνιστικών προϊόντων δεν μπορούν να αιτιολογηθούν από κανένα θεμιτό αντικειμενικό λόγο.

2.4. Πρακτική προσημειώσεων ακινήτων των πελατών, παροχής δανείου ή πάγιου εξοπλισμού και λοιπών κινήτρων

1398 Αντίστοιχα ισχύουν και για την πρακτική προσημειώσεων ακινήτων των πελατών, καθώς και παροχής δανείου ή πάγιου εξοπλισμού και άλλων κινήτρων οι οποίες λειτουργούν ως μέσο πίεσης προς τους πελάτες χονδρεμπόρους της καθ' ης και με τις οποίες η τελευταία επιτυγχάνει την προνομιακή εξυπηρέτησή της χρησιμοποιώντας τις ως μέσο προσέγγισης, πίεσης και παρακολούθησης των λιανικών σημείων τα οποία προμηθεύουν οι εκάστοτε επηρεαζόμενοι / εξαρτώμενοι χονδρέμποροι. Η εν λόγω πρακτική δεν στηρίζεται σε αντικειμενικά και διαφανή κριτήρια αλλά εναπόκειται στη διακριτική ευχέρεια του εκάστοτε προϊσταμένου πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ο […] της καθ' ης, […], απαντώντας κατά το 2008 σε ερώτημα που του υπεβλήθη από στελέχη της Ε.Α.[1578], βεβαιώνει ότι […]». Όπως επισημαίνεται από την ανταγωνίστρια της καθ' ης, […][1579]: «*Οι πελάτες είναι 'δεμένοι' στη*

[1576] Βλ. Απόφαση του Γενικού Δικαστηρίου της 12.06.2014 στην υπόθ. T-286/09, Intel κατά Επιτροπής, σκ. 204 επ.
[1577] Επισημαίνεται ότι σύμφωνα με τη νομολογία, στην υπόθεση Irish Sugar (T-228/97 Irish Sugar, Συλλογή [1999], σ. II-2969, σκέψη 226 επ.) το Πρωτοδικείο κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η συμφωνία μιας δεσπόζουσας επιχείρησης «με ένα χονδρέμπορο και ένα λιανοπωλητή [για] την ανταλλαγή προϊόντων λιανικής ζάχαρης ανταγωνιστή της, δηλαδή της ζάχαρης Eurolux σε συσκευασία ενός κιλού της Compagnie française de sucrerie, με δικά της προϊόντα» συνιστά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Μέσω της εν λόγω συμφωνίας ανταλλαγής, η δεσπόζουσα επιχείρηση εμπόδισε το εμπορικό σήμα του ανταγωνιστή της να κυκλοφορήσει στην αγορά, δεδομένου ότι οι λιανοπωλητές δεν είχαν πλέον απόθεμα ζάχαρης με το σήμα αυτό και αντικατέστησαν τις ποσότητες αυτές με προϊόν της δεσπόζουσας επιχείρησης. Το Πρωτοδικείο διαπίστωσε ότι με τον τρόπο αυτό η δεσπόζουσα εταιρία προσέβαλε τη δομή ανταγωνισμού που θα μπορούσε να αποκτήσει η σχετική αγορά με την είσοδο ενός νέου προϊόντος, προβαίνοντας, υπό τις ανωτέρω συνθήκες, στην ανταλλαγή των ανταγωνιστικών προϊόντων. Βλ. και απόφαση της Επιτροπής της 13.05.2009, COMP/C-3/37.990.
[1578] Απαντήσεις που δόθηκαν στο πλαίσιο υποβολής ερωτηματολογίου από στελέχη της Ε.Α. κατά τη διάρκεια της διενέργειας επιτόπιου ελέγχου στην εταιρία κατά την 21.07.2008 (με βάση την υπ' αριθ. πρωτ. 4808/18.07.08 εντολή ελέγχου).
[1579] Κατάθεση […] της […] στην Ε.Α. στις 28.06.2012, […].

συνεργασία με την ΑΖ λόγω προσημειώσεων στις οποίες έχει προβεί η ΑΖ (στο [85-95]% των μεγάλων πελατών-χ/ε επιχειρήσεων έχουν προσημειωθεί από την ΑΖ ακίνητα). Επίσης, η ΑΖ δίνει κίνητρα στις χ/ε επιχειρήσεις, παρέχοντας τους δάνεια με τη μορφή μακροχρόνιας πίστωσης ή παρέχοντας τους πάγιο εξοπλισμό π.χ. κλάρκ».

1399 Στις περιπτώσεις που εκτίθενται στη συνέχεια, χονδρέμποροι επιβεβαιώνουν την πρακτική παροχής δανείου ή πάγιου εξοπλισμού και λοιπών κινήτρων: […] έχει ατομική επιχείρηση […], δηλώνει το 2006: *«[ό]ταν πρωτοξεκίνησε την ιδιόκτητη αποθήκη* […]*, το 1999, είχαμε λάβει εμπορεύματα αξίας περίπου* […] *, με πίστωση περίπου* […] *»*. Ο […], εκ μέρους της εταιρίας « […]» με έδρα […], επιβεβαιώνει το 2001 την πιστωτική πολιτική των […] και συμπληρώνει: *«[β]οηθάει η εταιρία κατά περίπτωση τους χονδρεμπόρους όταν αυτοί κάνουν επενδύσεις π.χ. αυτοκινήτου αγορά, αποθήκη κλπ. δίνοντας πίστωση μεγαλύτερη (*[…] *). Η εταιρία έχει ένα πλαφόν ανάλογα μάλλον με […], το οποίο εάν το ξεπεράσει κανείς, η εταιρία μειώνει το χρόνο της επιταγής»*. Ο […] εκ μέρους της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» που δραστηριοποιείται στην περιοχή […] αναφέρει[1580] ότι κατά τη διάρκεια της ανέγερσης νέας αποθήκης της επιχείρησής του, το 2003, έλαβε πίστωση […] για την αγορά εμπορευμάτων αξίας […] Συναφώς αναφέρεται η περίπτωση της συνεργαζόμενης χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» στ[…], ο εκπρόσωπος της οποίας, […], δήλωσε το 2007 στα στελέχη της Ε.Α.: *«[α]πό την Αθηναϊκή Ζυθοποιία έλαβα δάνειο μία φορά όταν έκανα μία επένδυση στην επιχείρησή μου. Είχα πάρει εμπόρευμα αξίας* […] *με πίστωση* […] *αντί* […] *που ήταν οι […] πληρωμής μου. Γι' αυτήν την παροχή δεν μου ζητήθηκαν από την εταιρία ιδιαίτεροι όροι. Αυτό έγινε πριν 12 χρόνια. Από όσο ξέρω η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφαρμόζει τέτοια πρακτική, να βοηθάει συνεργάτες με τέτοιο τρόπο, με παράταση της πίστωσης, όταν θέλουν να επενδύσουν στην επιχείρηση τους»*.

1400 Περαιτέρω, όπως αναλυτικά παρατέθηκε ανωτέρω, σε εσωτερικά σημειώματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1581] του 2002 αναφέρονται αντίστοιχα αιτήματα για παροχή οικονομικής βοήθειας, με τη μορφή πίστωσης, σε δύο πελάτες για την επένδυση από την πλευρά τους στην κατασκευή νέων αποθηκευτικών χώρων. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση του πελάτη […][1582] ζητείται […]πίστωση για αγορά […]κιβωτίων, ενώ για την εταιρία « […]»[1583] το αίτημα αφορά σε πίστωση […] μηνών για το ποσό των […]. Τα δύο σημειώματα φαίνεται να φέρουν υπογραφή από αρμόδιο προς έγκριση στέλεχος. Σε εσωτερικό, τέλος, έγγραφο που εντοπίστηκε στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1584] και στο οποίο καταγράφονται οι ανά πελάτη « […]» για συγκεκριμένη εμπορική διεύθυνση, αναφέρεται παράταση […] για τον πελάτη « […]» με την αιτιολογία «ΑΠΟΘΗΚΗ». Επίσης, αναφέρεται ενδεικτικά η περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]», η οποία ζήτησε από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία δάνειο ποσού […] για την αγορά ιδιόκτητου χώρου με σκοπό την επέκταση των εργασιών της, επισημαίνοντας στο κείμενο της επιστολής της: *«Η πρόταση σχετικά με την πενταετή υποστήριξή μας*

[1580] Βλ. σχετ. ένορκη κατάθεση του […] ενώπιον στελεχών της Ε.Α. την 03.08.2006.
[1581] Εσωτερικά σημειώματα που εντοπίστηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη
[1582] Το εσωτερικό σημείωμα φέρει ημερομηνία 29.04.2002.
[1583] Το εσωτερικό σημείωμα φέρει ημερομηνία 27.05.2002.
[1584] Έγγραφο με ημερομηνία Σεπτεμβρίου 2004 που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας της 24.05.2006. […].

(έπειτα κι από την «υπόσχεση» του […] για βοήθεια και στήριξη των πρατηρίων) είναι η κάτωθι: Κατά τη διάρκεια του προσεχούς έτους θα προβούμε σε δύο αγορές […] κιβωτίων τα οποία θα εξοφλούνται μετά την παραλαβή τους με επιταγή της εταιρίας μας, έπειτα από […]. … Ο τρόπος αυτός θα βοηθήσει την από κοινού επίτευξη των στόχων μας για ανάπτυξη των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην αγορά», καθώς και η περίπτωση της χονδρεμπορικής επιχείρησης « […]» για πίστωση […] για το ποσό των […] προκειμένου για κατασκευή αποθηκών, η οποία στο κείμενο της επιστολής της αναφέρει: *«Ανταποδίδοντας, η εταιρία μας θέτει ως στόχο τη μεγιστοποίηση των προσπαθειών μας για άριστη συνεργασία σε όλους τους τομείς μαζί σας με στόχο την όσο το δυνατό μεγαλύτερη ποιοτική και ποσοτική βελτίωση των πωλήσεων […], θεωρώντας αυτονόητο ότι η χρήση των νεοαναγειρόμενων εγκαταστάσεων μετά την αποπεράτωση τους θα τεθεί στη διάθεση της συνεργασίας αυτής»*.

1401 Περαιτέρω, σε εσωτερικό σημείωμα[1585] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ημερομηνίας […], προτείνεται η έγκριση χορήγησης πίστωσης στον πελάτη « […]» ύψους […] για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής του. Σε έτερο εσωτερικό υπηρεσιακό σημείωμα της καθ' ης με ημερομηνία 15.03.2004[1586] που αφορά στην έγκριση αιτήματος του πελάτη […] για χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε σχέση με την πραγματοποίηση επένδυσης αξίας […] και κατασκευή ιδιόκτητης αποθήκης), προτείνεται αρχική […] πίστωση […]. Επιπλέον, σε εσωτερικό ενημερωτικό σημείωμα της καθ' ης προτείνεται η έγκριση χορήγησης πίστωσης στη *«**σταθερά ανοδική**»* οικογενειακή επιχείρηση « […]» που έχει προχωρήσει στην εξαγορά άλλων πρατηρίων αλλά και σε έργα υποδομής[1587]. Συγκεκριμένα *«* […]». Αίτημα που περιλαμβάνεται, επίσης, σε εσωτερικό σημείωμα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ημερομηνίας […], για την έγκριση χορήγησης πίστωσης ύψους […]στον πελάτη « […]»[1588], για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής του (συνολικού ύψους επένδυσης […]), αναφέρει: […]».

1402 Συναφώς, σε επιστολή ημερομηνίας 24.07.2005 της εταιρίας « […]»[1589] προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, αναφέρεται: «[σ]την προσπάθειά μας για περαιτέρω ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό προβήκαμε σε αγορά αποθήκης […]. Είναι μία κίνηση που θεωρούμε ότι μπορεί να οδηγήσει την αγαστή συνεργασία μας σε υψηλότερη αποδοτικότητα. Πιστεύουμε ότι θα σταθείτε συνοδοιπόροι στην κίνησή μας αυτή, που βάσει της οικονομοτεχνικής μελέτης θα ξεπεράσει […]. Θα εκτιμούσαμε πάρα πολύ μία πίστωση […] μέχρι […] του 2006». Περαιτέρω, σύμφωνα με εσωτερικό υπηρεσιακό σημείωμα της καθ' ης ημερομηνίας 31.08.2005, ζητείται να εγκριθεί η χορήγηση οικονομικής βοήθειας, ύψους […], στη χονδρεμπορική επιχείρηση « […]»[1590], με σταδιακή αποπληρωμή της αξίας των αγορών του που ολοκληρώνεται […] αργότερα από την ημερομηνία του σημειώματος. Ως σκοπός της ενίσχυσης αναφέρεται η αγορά έτοιμης αποθήκης από την πλευρά του πελάτη. Παρομοίως, σε εσωτερικό σημείωμα της καθ' ης με ημερομηνία 12.09.2005, ζητείται η χορήγηση μεγαλύτερης πίστωσης σε αγορές του πελάτη […][1591], ύψους €[…],

[1585] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[1586] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[1587] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας. […].
[1588] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον έλεγχο των ηλεκτρονικών αρχείων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας που ελήφθησαν κατά τη διάρκεια του επιτόπιου ελέγχου της 24/5/2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[1589] Το συγκεκριμένο έγγραφο εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη Θεσσαλονίκη που πραγματοποιήθηκε στις 24.05.2006.
[1590] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.
[1591] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

λόγω της μεταφοράς των εγκαταστάσεων της επιχείρησής του. Επιπλέον, αίτημα χορήγησης μεγαλύτερης πίστωσης στον πελάτη […] ύψους […] (συμπεριλαμβανομένων και αγορών […] σε νερό) ενόψει της μεταφοράς των εγκαταστάσεων της επιχείρησής του, περιλαμβάνεται σε εσωτερικό σημείωμα της καθ' ης με ημερομηνία 11.04.2006[1592].

1403 Η προεκτεθείσα παροχή αυτών των ωφελημάτων (πολύ μεγάλες πιστώσεις για κατασκευή / επέκταση υποδομών), συνεπάγεται πίεση προς τον πελάτη της καθ' ης για ενίσχυση της πίστης και αύξηση των αγορών προϊόντων της δεσπόζουσας επιχείρησης ή συνδέεται με τον όρο της αποκλειστικής / οιονεί αποκλειστικής συνεργασίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και συνιστά πρακτική αποκλεισμού[1593]. Έχει δε ως άμεσο και αναγκαίο στόχο και αποτέλεσμα τη δέσμευση και πίεση των πελατών για αγορά πολύ σημαντικών ποσοτήτων προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, προκειμένου να αποπληρωθεί το ιδιότυπο υποκείμενο δάνειο, καθώς και τη χρήση των υποδομών για τις οποίες χρησιμοποιείται η παροχή, στο πλαίσιο της συνεργασίας με την καθ' ης και μόνο[1594]. Υπογραμμίζεται ότι η καταχρηστική παροχή των οικονομικών ενισχύσεων για κατασκευή – επέκταση υποδομών είναι υπό όρους και αφορά σε πολύ μεγάλες πιστώσεις για αγορά σημαντικών ποσοτήτων προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας[1595], δηλαδή πρόκειται συχνά για χορήγηση εμπορεύματος ίσης αξίας με το αιτούμενο δάνειο, και το οποίο αρχίζει να αποπληρώνεται αργότερα και πολύ σταδιακά. Εξ αυτών οι πελάτες θα βρίσκονται σε μία συνεχή προσπάθεια, για όλη τη μακρά περίοδο του δανείου, να ικανοποιούν τους όρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και με αυτόν τον τρόπο επιβάλλεται αποκλειστικότητα. Οι εν λόγω πρακτικές κατ' ανάγκην συνεπάγονται τον περιορισμό του ανταγωνισμού, τείνουν να αφαιρέσουν από τον αγοραστή ή να περιορίσουν τη δυνατότητα επιλογής του όσον αφορά τις πηγές εφοδιασμού του και να εμποδίσουν την είσοδο στην αγορά των λοιπών προμηθευτών[1596] και καθιστούν την πρακτική ασύμβατη με την ύπαρξη ανόθευτου ανταγωνισμού.

1404 Υπενθυμίζεται, επιπλέον, ότι σύμφωνα με την ενωσιακή νομολογία, οι επιχειρήσεις που κατέχουν δεσπόζουσα θέση φέρουν ιδιαίτερη ευθύνη να μη νοθεύουν και να μη θίγουν με τη συμπεριφορά τους τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό σε μια αγορά στην οποία ο ανταγωνισμός είναι ήδη περιορισμένος λόγω ακριβώς της δεσπόζουσας θέσης τους. Για το λόγο αυτό, σε μια κατέχουσα δεσπόζουσα θέση επιχείρηση μπορεί να απαγορεύονται ακόμη και συμπεριφορές οι οποίες είναι νόμιμες όταν προέρχονται από μη κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις[1597]. Τέλος, δεδομένης της ιδιαίτερης

[1592] Αρχείο που εντοπίστηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 24.05.2006 στα γραφεία της εταιρίας.

[1593] Βλ. χαρακτηριστικά τα ανωτέρω αιτήματα: «*Ο τρόπος αυτός θα βοηθήσει την από* ***κοινού επίτευξη των στόχων μας για ανάπτυξη των προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην αγορά***», «***Ανταποδίδοντας,*** *η εταιρία μας θέτει ως στόχο τη* ***μεγιστοποίηση των προσπαθειών μας για άριστη συνεργασία σε όλους τους τομείς μαζί σας με στόχο την όσο το δυνατό μεγαλύτερη*** *ποιοτική και* ***ποσοτική βελτίωση των πωλήσεων […],*** *θεωρώντας αυτονόητο ότι* ***η χρήση των νεοαναγειρόμενων εγκαταστάσεων μετά την αποπεράτωση τους θα τεθεί στη διάθεση της συνεργασίας αυτής***».

[1594] Βλ. ενδεικτικά προπαρατεθείσα περίπτωση […]: «*η χρήση των νεοαναγειρόμενων εγκαταστάσεων μετά την αποπεράτωση τους θα τεθεί στη διάθεση της συνεργασίας αυτής*».

[1595] Βλ. αίτημα που περιλαμβάνεται στο προεκτεθέν εσωτερικό σημείωμα της 21.03.2005, για την έγκριση χορήγησης πίστωσης ύψους […] στον πελάτη «[…]» για την επέκταση των εγκαταστάσεων υποδομής του (συνολικού ύψους επένδυσης […]). Σε αυτό αναφέρεται: […]».

[1596] Πρβλ. απόφαση ΠΕΚ της 7.10.1999 στην υπόθεση Τ-228/97, Irish Sugar plc κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Συλλ. ΙΙ-02969, σκ. 214.

[1597] Βλ. ενδεικτικά απόφαση της 30.9.2003, συνεκδ. υποθ. Τ-191/98 Atlantic Container Line κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ.

ευθύνης που φέρουν οι κατέχουσες δεσπόζουσα θέση επιχειρήσεις να μη θίγουν τον ανταγωνισμό, εναπόκειται στις επιχειρήσεις αυτές να υιοθετούν συμπεριφορές που να είναι ανάλογες προς τους νόμιμους εμπορικούς σκοπούς τους οποίους επιδιώκουν[1598].

3. ΑΠΟΨΕΙΣ ΤΗΣ ΚΑΘ' ΗΣ

1405 Κατ' αρχάς, η ΑΖ επικαλείται στο από 04.03.2014 υπόμνημά της, κατά βάσιν εν είδει πλαισίου της πολιτικής της στο χονδρεμπορικό επίπεδο αγοράς, διάφορα επιχειρήματα τα οποία, δεν απαιτούνται για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης και, συνεπώς, η αντίκρουσή τους παρέλκει.

1406 Περαιτέρω, σύμφωνα με την καθ΄ ης, τα αποδεικτικά μέσα της Εισήγησης είναι αναξιόπιστα, το δείγμα των χονδρεμπόρων που εξετάσθηκαν έχει επιλεγεί με αδιαφανή κριτήρια και είναι ποσοτικά και ποιοτικά ακατάλληλο για να στηρίξει οποιαδήποτε κατηγορία κατά της ΑΖ. Ωστόσο, το επιχείρημα αυτό δεν μπορεί να γίνει δεκτό (μεταξύ άλλων για τους λόγους που αναλυτικά εκτίθενται στην ενότητα «αποδεικτικά μέσα»). Αρκεί στο σημείο αυτό να υπομνησθεί η πάγια νομολογία σύμφωνα με την οποία, τα στοιχεία απόδειξης μίας αντιανταγωνιστικής πρακτικής πρέπει να αξιολογούνται ως σύνολο και όχι μεμονωμένα. Δεν είναι, έτσι, αναγκαίο το κάθε ένα από τα διαθέσιμα αποδεικτικά στοιχεία να ικανοποιεί τις προϋποθέσεις απόδειξης κάθε πτυχής (συστατικού στοιχείου) της παράβασης. Αρκεί ότι όλα τα στοιχεία, συνεκτιμώμενα ως σύνολο, πληρούν αυτές τις προϋποθέσεις απόδειξης της παράβασης[1599]. Περαιτέρω, στις περισσότερες περιπτώσεις, η ύπαρξη θίγουσας τον ανταγωνισμό πρακτικής πρέπει να συναχθεί από έναν ορισμένο αριθμό συμπτώσεων και ενδείξεων οι οποίες, συνολικά θεωρούμενες, μπορούν να αποτελέσουν, ελλείψει άλλης εύλογης εξήγησης, απόδειξη περί παράβασης των κανόνων ανταγωνισμού[1600].

1407 Η Επιτροπή Ανταγωνισμού δύναται να εκφέρει κρίση ως προς τη διάπραξη της παράβασης των κανόνων του ανταγωνισμού, σχηματίζοντας πλήρη και βέβαιη δικανική πεποίθηση, μετά από συνολική εκτίμηση των στοιχείων του φακέλου της υπόθεσης[1601]. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται συνιστούν αξιόπιστα αποδεικτικά μέσα για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης και αρκετά εξ αυτών έχουν συνταχθεί σε ανύποπτο, και σύγχρονο με τη διενέργεια των παραβατικών συμπεριφορών, χρόνο

II, σ. 3275, σκ. 1460 καθώς και απόφαση ΠΕΚ της 17.7.1998 στην υπόθεση Τ-111/96, ITT Promedia NV κατά Επιτροπής, Συλλ. II-02937, σκ. 139.

[1598] Βλ. ενδεικτικά απόφαση της 30.9.2003, συνεκδ. υποθ. Τ-191/98 Atlantic Container Line κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ II, σ. 3275, σκ. 1120.

[1599] Βλ. απόφαση ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 1939/2013, απόφαση ΕΑ 563/2013, καθώς και ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕΚ C-48/69 ICI κατά Επιτροπής, σκ. 68, ΔΕΚ C-204/00Ρ επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, ό.π., σκ. 57, ΠΕΚ Τ-305/94 PVC II, σκ. 768-778, η οποία επικυρώθηκε από το ΔΕΚ (C-238 P/99), ΠΕΚ Τ-67/00 επ. JFE Engineering, σκ. 180, ΠΕΚ Τ-109/02 επ. Bollore κατά Επιτροπής, σκ. 155, ΠΕΚ Τ-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, σκ. 107, καθώς και ΠΕΚ Τ-54/03 Lafarge κατά Επιτροπής, σκ. 56 και 271.

[1600] Βλ. απόφαση ΔΕΚ C-204/00Ρ επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 57, ΔΕΚ C-105/04Ρ FEG κατά Επιτροπής, σκ. 135, ΔΕΚ C-403/04, 405/04Ρ Sumitomo Metal Industries and Nippon Steel κατά Επιτροπής, σκ. 51, καθώς και ΠΕΚ Τ-54/03 Lafarge κατά Επιτροπής, σκ. 452.

[1601] Βλ. ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17 και ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4-7. Περαιτέρω, οι σχετικοί αποδεικτικοί κανόνες στο πλαίσιο της διοικητικής διαδικασίας δεν παραβιάζουν το κατοχυρούμενο από το άρθρο 6 παρ. 2 της ΕΣΔΑ τεκμήριο αθωότητας. Κατά μείζονα δε λόγο η διάταξη αυτή δεν επιβάλλει την επέκταση στις διοικητικές κυρώσεις των κανόνων, μέσων, κριτηρίων και επιπέδου απόδειξης που εφαρμόζονται στην ποινική δίκη: βλ. απόφαση ΣτΕ 2780/2012, σκ. 8.

(contemporaneous documents in tempore non suspecto) και έχουν αυξημένη αποδεικτική αξία[1602]. Εξάλλου, κατά τα προεκτεθέντα, οι μαρτυρίες προσώπων που είχαν άμεση γνώση των πραγματικών περιστατικών έχουν, καταρχήν, ιδιαίτερα μεγάλη αποδεικτική αξία[1603], χωρίς αυτό να σημαίνει ότι ενοχοποιητικές μαρτυρίες από πρόσωπα που δεν είχαν άμεση γνώση των πραγματικών περιστατικών θα πρέπει να θεωρούνται κατ' ανάγκη μειωμένης αποδεικτικής αξίας[1604].

1408 Σημειώνεται, επίσης, ότι, επειδή η απαγόρευση συμμετοχής σε πρακτικές θίγουσες τον ανταγωνισμό, καθώς και οι κυρώσεις που δύνανται να επιβληθούν στους παραβάτες, είναι σε όλους γνωστές, είναι σύνηθες να αναπτύσσονται μυστικά και συγκεκαλυμμένα οι δραστηριότητες αυτές και να περιορίζονται στο ελάχιστο τα συναφή έγγραφα[1605]. Ακόμη και όταν αποκαλύπτονται στοιχεία, τα οποία πιστοποιούν ρητώς παράνομες πρακτικές επιχειρηματιών, τα στοιχεία αυτά είναι συνήθως αποσπασματικά και διασκορπισμένα, οπότε κατά τη νομολογία είναι συχνά απαραίτητη η ανασύσταση ορισμένων λεπτομερειών διά της επαγωγής[1606,1607]. Σε κάθε περίπτωση, τα χρησιμοποιούμενα αποδεικτικά στοιχεία είναι αξιόπιστα, συγκλίνοντα ή/και επαληθεύονται, ενώ ο αριθμός των χονδρεμπόρων σχετικά με τους οποίους συνελέγησαν στοιχεία δεν χρειάζεται, αντιθέτως με τα από την καθ' ης προβαλλόμενα, να πληρούν συγκεκριμένο ποσοτικό κατώφλι, δεδομένου ότι οι αποδεικνυόμενες πρακτικές είναι απαγορευμένες ανεξαρτήτως από την έκταση των χονδρεμπόρων στην οποία εφαρμόσθηκαν, και η οποία, άλλωστε, είναι κατ' ανάγκην πολύ μεγαλύτερη από τον αριθμό των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που εξετάσθηκαν.

1409 Από τα παραπάνω καθίσταται επίσης σαφές ότι τα αποδεικτικά στοιχεία επ' ουδενί συνίστανται (σχεδόν) αποκλειστικά σε μαρτυρικές καταθέσεις και δηλώσεις ανταγωνιστών της ΑΖ, και χονδρεμπόρων, αλλά αυτά συνδυάζονται και επαληθεύονται και από πλείστα άλλα συγκλίνοντα, αξιόπιστα αποδεικτικά στοιχεία, μεταξύ των οποίων και εσωτερικά έγγραφα της ίδιας της δεσπόζουσας επιχείρησης, στο πλαίσιο συνολικής στάθμισης και αξιολόγησης κατά την οποία συνεκτιμώνται όλα τα στοιχεία, αναλόγως της βαρύτητας και αξιοπιστίας τους προκειμένου να μορφωθεί άποψη περί της στοιχειοθέτησης της υπό εξέταση πρακτικής[1608]. Τα ανωτέρω ισχύουν και ως προς τα επικαλούμενα και προσαγόμενα από την ΑΖ[1609] ερωτηματολόγια και ένορκες βεβαιώσεις[1610].

[1602] Βλ. Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Vesterdorf, όπως υιοθετήθηκαν στις συνεκδ. υποθέσεις T-1/89 κλπ. Rhone-Poulenc SA κ.αλ. κατά Επιτροπής, κεφάλαιο I.E.4. Βλ. απόφαση ΕΑ 563/2013 (πτηνοτροφία).

[1603] Βλ. Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Vesterdorf, όπως υιοθετήθηκαν στις συνεκδ. υποθέσεις T-1/89 κλπ. Rhone-Poulenc SA κ.αλ. κατά Επιτροπής, σελ. II-956-7.

[1604] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-67/00 JFE Engineering Corp κατά Επιτροπής, σκ. 299.

[1605] Βλ. απόφαση ΔΕΚ C-204/00P επ. Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 55 και 56, καθώς και απόφαση ΠΕΚ T-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, σκ. 106.

[1606] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ C-204/00, ό.π, σκ. 55-56.

[1607] Κατά πάγια νομολογία, η αναγραφή σε έγγραφα π.χ. πρακτικά, χειρόγραφες σημειώσεις, ηλεκτρονικά μηνύματα κ.λπ. της ημερομηνίας της στρεφόμενης εξ αντικειμένου κατά του ανταγωνισμού συνεδρίασης και των επιχειρήσεων που συμμετείχαν σε αυτή αποτελεί απόδειξη τόσο της συμμετοχής των επιχειρήσεων αυτών στη συνεδρίαση όσο και της λήψης των στρεφόμενων κατά του ανταγωνισμού αποφάσεων. Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-303/02, ό.π., σκ. 99-114.

[1608] Εξ ου και είναι απορριπτέος ο ισχυρισμός της ΑΖ στο ΣΧΕΤΙΚΟ Χ/Β του από 04.03.2014 υπομνήματος της ΑΖ περί δήθεν μη λήψης υπόψη από την ΕΑ των εκεί παρατιθέμενων αναφορών και των ισχυρισμών του ως άνω υπομνήματος της καθ΄ ης σε σχέση με τη δήθεν μη λήψη υπόψη ευνοϊκών για την ΑΖ στοιχείων.

[1609] Βλ. ενότητα Δ του από 04.03.2014 υπομνήματος της ΑΖ και την από 14.03.2014 προσθήκη – αντίκρουση της ΑΖ επί του υπομνήματος της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

1410 Επισημαίνεται, επίσης, ότι οι αιτιάσεις της καταγγελλόμενης σχετικά με λόγους ανάσχεσης της περαιτέρω ανάπτυξης των ανταγωνιστριών της[1611] είναι απορριπτέοι κατ΄αρχήν ως αλυσιτελείς, δεδομένου ότι και αν ήθελε θεωρηθεί ότι δύνανται να ερμηνεύσουν εν μέρει την πορεία των μεριδίων αγοράς των εν λόγω εταιριών, δεν μπορούν ωστόσο να αναιρέσουν την ύπαρξη παραβατικών πρακτικών της δεσπόζουσας ΑΖ οι οποίες από μόνες τους περιορίζουν ή αναχαιτίζουν τη δυνητική ανάπτυξή τους.

1411 Περαιτέρω, η ΑΖ υποστηρίζει ότι αποστερήθηκε της δυνατότητας άσκησης του δικαιώματος άμυνας λόγω του δήθεν «χαρακτηρισμού της πλειονότητας των στοιχείων των ανταγωνιστών και χονδρεμπόρων ως «*απόρρητες πληροφορίες*» για την ΑΖ» και ότι η εξ αυτού δήθεν προσβολή των δικαιωμάτων της ΑΖ καθίσταται ακόμα βαρύτερη εν προκειμένω, καθώς […][1612]. Ωστόσο, το επιχείρημα αυτό, ομοίως, δεν μπορεί να γίνει δεκτό. Κατ' αρχάς, όπως προεκτέθηκε, τα συγκλίνοντα αποδεικτικά στοιχεία που χρησιμοποιούνται είναι ποικίλα και επαληθεύονται από πληθώρα άλλων στοιχείων, ενώ η παράβαση που προκύπτει είναι, κατά τα ανωτέρω, ενιαία, και προκύπτει από πολλαπλές, πέραν αμφισβητήσεως αποδεικνυόμενες πηγές και αποδεικτικά μέσα. Συνεπώς καμία προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας της καθ' ης δεν υπεισήλθε σε κανένα στάδιο της διαδικασίας. Σημειωτέον ότι τα χαρακτηρισμένα ως απόρρητα ή/και εμπιστευτικά αυτά στοιχεία συνιστούσαν, ούτως ή άλλως, πολύ περιορισμένο τμήμα κάθε σχετικού εγγράφου, ενώ οι μη εμπιστευτικές εκδοχές που είχαν ήδη χορηγηθεί στην καταγγελλόμενη με την αρχική πρόσβαση στο φάκελο ήταν εκτενείς και λεπτομερείς, επιτρέποντας σε κάθε περίπτωση τη λυσιτελή άσκηση του δικαιώματος άμυνάς της.

1412 Για όλους τους ανωτέρω λόγους, είναι παντελώς αβάσιμη η επίκληση από την ΑΖ ότι και οι λοιπές καταθέσεις που στηρίζουν τις αιτιάσεις και οι ένορκες καταθέσεις υπαλλήλων των ανταγωνιστών είναι αναξιόπιστες[1613].

1413 Τα ανωτέρω επίσης ισχύουν και για τους πέντε χονδρέμπορους που η ΑΖ υποστηρίζει ότι οι μαρτυρίες τους πρέπει να απορριφθούν καθώς έχουν ή είχαν δικαστικές διαμάχες με την ΑΖ είτε λόγω σημαντικών οφειλών τους έναντι της ΑΖ είτε και για άλλους λόγους[1614] […]). Πέραν αυτού, η επίκληση του σχετικού επιχειρήματος δεν αναιρεί αφ' εαυτής, ούτε μπορεί να απαξιώσει άνευ ετέρου τα λεγόμενα των χονδρεμπόρων, πολλώ δε μάλλον αν αυτά επιβεβαιώνονται από άλλα συγκλίνοντα στοιχεία, ενώ το στοιχείο αυτό, το οποίο είχε ούτως ή άλλως αναδειχθεί και από την ίδια την έρευνα της Υπηρεσίας και είχε αναφερθεί στη σχετική Εισήγηση, συνεκτιμάται από την Επιτροπή κατά τη συνολική αξιολόγηση του αποδεικτικού υλικού. Εξάλλου, οι ίδιοι αυτοί χονδρέμποροι τους οποίους η ΑΖ προσπαθεί να απαξιώσει, προβαίνουν και σε καταθέσεις ευνοϊκές για την ΑΖ (παράδειγμα […] για

[1610] Βλ. ενδεικτικά δηλώσεις και ερωτηματολόγια προς επίρρωση των ισχυρισμών της […]- ΣΧΕΤΙΚΑ Χ/3 και Χ/3Α, Χ/5, Χ/5Α, Χ/5Β Χ/8 και Χ/12 του από 04.03.2014 υπομνήματος της ΑΖ καθώς και ΣΧΕΤΙΚΑ ΖΜΘ 2, 2Α, 2Β, 3, 3Α, 5 της από 14.03.2014 προσθήκης – αντίκρουσης της ΑΖ επί του υπομνήματος της Ζυθοποιίας Μακεδονίας Θράκης.

[1611] Βλ. π.χ. το από 18.06.2014 συμπληρωματικό υπόμνημα της ΑΖ παρ, 16-22 και 176-182.

[1612] *Passim*. ιδίως ενότητα Β υπομνήματος ΑΖ της 04.03.2015

[1613] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 595 επ.

[1614] Και ότι οι εκπρόσωποι κάποιων εξ αυτών έχουν και ποινικές καταδίκες για αδικήματα που σχετίζονται με την επαγγελματική δραστηριότητά τους.

την επιβολή εκπτώσεων στόχων[1615]). Είναι δε, και για τους λόγους αυτούς, προφανώς αβάσιμη η επιχειρούμενη από την ΑΖ γενίκευση στο πλαίσιο υπονόμευσης της αξιοπιστίας του μεγάλου αριθμού αναφορών και καταθέσεων που έχουν συλλεγεί στο πλαίσιο της έρευνας.

1414 Μάλιστα, χαρακτηριστική των ανωτέρω, και επιπλέον καταδεικνύουσα την πληρότητα και την αντικειμενικότητα της έρευνας της Υπηρεσίας, είναι η επίκληση από την ΑΖ του επιχειρήματος ότι δήθεν δεν ελήφθησαν υπόψη *«μαρτυρίες από χονδρέμπορους με εκτεταμένη δραστηριότητα και, ως εκ τούτου, ευρύτερη εικόνα των συνθηκών της αγοράς»*, όπως αυτή του χονδρεμπόρου […], διαχειριστή της εταιρίας […]. Πέραν του ότι αρκετοί μάρτυρες αναφέρουν το συγκεκριμένο χονδρέμπορο ως έχοντα ιδιαίτερα στενή σχέση με την καθ΄ης, η εν λόγω αιτίαση της ΑΖ είναι ενδεικτική των ανωτέρω για το βασικό λόγο ότι η μαρτυρία του συγκεκριμένου χονδρεμπόρου είχε ήδη επισταμένως ληφθεί υπόψη και χρησιμοποιηθεί από την Υπηρεσία και τα σχετικά ευρήματα καταγράφονται στην παρούσα.

1415 Περαιτέρω, η ΑΖ επικαλείται στο από 04.03.2014 υπόμνημά της ότι δεν προκύπτει ποια είναι η τυπική αποδεικτική βαρύτητα των καταθέσεων των τρίτων, ωστόσο σε σχέση με το επιχείρημα αυτό αρκεί να αναφερθεί ότι στον Πίνακα V.19 του Παραρτήματος I, αλλά και στο σώμα τόσο της Εισήγησης όσο και της παρούσας απόφασης αναφέρεται λεπτομερώς το υποκείμενο, η φύση, ο χρόνος, ο τρόπος λήψης και τα λοιπά στοιχεία συλλογής των αποδεικτικών στοιχείων. Εξάλλου, όπως αναφέρεται και στην ενότητα των αποδεικτικών μέσων, και ισχύει γενικώς για την αξιολόγηση των αποδεικτικών μέσων από την Επιτροπή, αφενός είναι προφανής η αποδεικτική δυσχέρεια που μπορεί να συναντάται σε υποθέσεις ανταγωνισμού, δεδομένης και της τάσης απόκρυψης των αποδεικτικών στοιχείων από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις που δυσχεραίνει ουσιωδώς τη διεξαγωγή των αποδείξεων, αφετέρου η δυνατότητα σχηματισμού δικανικής πεποίθησης είναι χωρίς δεσμεύσεις ως προς τα μέσα και τη διαδικασία αποδείξεως (αρκεί βεβαίως να μην πρόκειται για παράνομα αποδεικτικά μέσα). Στο δε πλαίσιο της αποδεικτικής διαδικασίας των υποθέσεων του ανταγωνισμού, στο οποίο υπάρχει έντονο δημόσιο συμφέρον για την αποκάλυψη της αλήθειας, εφαρμόζονται οι εξής αρχές: α) η Επιτροπή δεν περιορίζεται στους πραγματικούς ισχυρισμούς των μερών αλλά αντλεί πληροφορίες από κάθε δυνατή πηγή, β) δεν υποχρεούται να δέχεται ως αληθείς τους ισχυρισμούς των υποκειμένων της διαδικασίας, αλλά σε κάθε περίπτωση τους υποβάλλει σε έλεγχο, και, τέλος, γ) αποφασίζει ελεύθερα για τα ενδεικνυόμενα αποδεικτικά μέσα[1616].

1416 Σε σχέση με το επιχείρημα της ΑΖ[1617] περί του ότι σε ορισμένες περιπτώσεις οι χρησιμοποιούμενες από την Επιτροπή μαρτυρίες δεν είναι αυτοπρόσωπες και ότι δεν έχουν αναγκαστικά ελεγχθεί, ισχύουν όσα ανωτέρω αναφέρθηκαν σε σχέση με το αποδεικτικό σύστημα και τα αποδεικτικά μέσα, και σε σχέση με την συρροή πληθώρας συγκλινόντων στοιχείων, με την επιπλέον παρατήρηση ότι ο έλεγχος από την Επιτροπή Ανταγωνισμού, ιδίως όταν μιλάμε για χονδρεμπόρους και τελικά σημεία της τάξης των δεκάδων χιλιάδων όπως εν προκειμένω, είναι αναγκαστικά δειγματοληπτικός, και δεν μπορεί να υποστηριχθεί, αντιθέτως, ότι θα έπρεπε οι επαληθεύσεις να είναι εξαντλητικές διότι, λόγω των

[1615] Βλ. παρ. […]της Εισήγησης (υποσημείωση […]).
[1616] Βλ. Σ. Κουσούλη, Δικονομικά Ζητήματα ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, σ. 315 επ. εις Ι. Σχινά, Προστασία του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, εκδ. Αντ. Ν. Σάκκουλα Αθήνα / Κομοτηνή 1992.
[1617] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 595 επ.

πεπερασμένων πόρων των Αρχών Ανταγωνισμού, μία τέτοια απαίτηση θα οδηγούσε, κατά παράβαση της αρχής της αποτελεσματικότητας («effet utile»), σε αδρανοποίηση του έργου και της αποστολής των εν λόγω Αρχών.

1417 Περαιτέρω, ο ισχυρισμός της ΑΖ ότι η επίκληση δηλώσεων άγνωστων (απόρρητων για την ΑΖ) τρίτων ως μέσο στοιχειοθέτησης κατηγοριών κατά της ΑΖ παραβιάζει τα δικαιώματα άμυνάς της είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, δεδομένου ότι στην ΑΖ χορηγήθηκε εκτενέστατη πρόσβαση στα στοιχεία του φακέλου, επιτρέποντας έτσι την πλήρη κατανόηση και αντίκρουση των αιτιάσεων, και τηρήθηκαν όλες οι κείμενες διατάξεις. Έχει ήδη αναφερθεί ότι το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο της υπόθεσης δεν είναι απόλυτο[1618]. Τα μέρη, και ιδίως οι επιχειρήσεις κατά των οποίων στρέφονται τυχόν καταγγελίες, πρέπει να είναι σε θέση να λαμβάνουν γνώση των πληροφοριακών στοιχείων που περιλαμβάνονται στον φάκελο της υπόθεσης, προκειμένου να μπορούν να διατυπώσουν ουσιαστικά τις απόψεις τους επί των προκαταρκτικών συμπερασμάτων που αναφέρονται στην εισήγηση. Ωστόσο, δεν υφίσταται υποχρέωση των αρχών ανταγωνισμού να αποκαλύπτουν στα μέρη το σύνολο του περιεχομένου του φακέλου κάθε υπόθεσης[1619,1620].

1418 Εν προκειμένω, και σε αντίθεση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ, η μελέτη των στοιχείων της υπόθεσης καταδεικνύει ότι στην καθ' ης χορηγήθηκε κατά τον προσήκοντα τρόπο πρόσβαση στο φάκελο της υπόθεσης, σε συνέχεια των σχετικών αιτήσεών της, και τηρήθηκαν όλες οι προβλεπόμενες στις ισχύουσες διατάξεις διαδικαστικές εγγυήσεις που αποσκοπούν στην προστασία των δικαιωμάτων άμυνας και στην εφαρμογή της αρχής της ισότιμης μεταχείρισης. Πέραν της εκτενούς πρόσβασης σε στοιχεία που συλλέχθηκαν με πρωτοβουλία της Υπηρεσίας στο πλαίσιο της έρευνας, η καταγγελλόμενη έλαβε και εκτενή πρόσβαση σε στοιχεία που υποβλήθηκαν από την καταγγέλλουσα και τρίτα μέρη, με εξαίρεση πληροφορίες απόρρητου ή εμπιστευτικού χαρακτήρα που δεν ήταν απαραίτητες για την άσκηση του δικαιώματος άμυνας της καταγγελλόμενης, κατά τα παγίως εφαρμοζόμενα, δηλαδή: (α) επιμέρους παραγράφους και παραρτήματα σε συγκεκριμένα έγγραφα που εμπεριείχαν επιχειρηματικά απόρρητα και εμπιστευτικές πληροφορίες της καταγγέλλουσας ή τρίτων επιχειρήσεων, η αποκάλυψη των οποίων θα μπορούσε να βλάψει ουσιωδώς τις τελευταίες, χωρίς να είναι ουσιώδεις για την άσκηση του δικαιώματος άμυνας της καταγγελλόμενης· (β) πληροφορίες για την ταυτότητα τρίτων προσώπων, τα οποία ήταν εύλογο να παραμείνουν ανώνυμα [βλ. σχετ. άρθρο 19, παρ. 3-9 του Κανονισμού

[1618] Απόφαση ΕΑ 520/2011, σκ. 9 επ.

[1619] Βλ. ενδεικτικά υποθέσεις ΔΕΚ C-43/82 και 63/82, VBVB & VBBB κατά Επιτροπής, Συλλ. 1984, σελ. 1984, σκ. 25, καθώς και ΔΕΚ C-62/86, Akzo κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. I-3359, σκ. 16.

[1620] Πιο συγκεκριμένα, κατά πάγια πρακτική και νομολογία, το δικαίωμα πρόσβασης στο φάκελο δεν επεκτείνεται στο επιχειρηματικό απόρρητο, στις πληροφορίες εμπιστευτικού χαρακτήρα και στα εσωτερικά έγγραφα της Επιτροπής Ανταγωνισμού ή της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των αρχών ανταγωνισμού των κρατών μελών (καθώς και στη μεταξύ τους αλληλογραφία) [βλ. άρθρο 19, παρ. 3-9 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης Ε.Α. και, αντιστοίχως, άρθρο 27 παρ. 2 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, άρθρο 15 παρ. 2 και άρθρο 16 παρ. 1 του Εκτελεστικού Κανονισμού (ΕΚ) 773/2004, καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στο φάκελο υπόθεσης, Ε.Ε. C 325 της 22/12/2005, σημ. 10. Βλ. επίσης, ενδεικτικά, υπόθεση ΠΕΚ Τ-7/89, Hercules Chemicals κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ. II-1711, σκ. 54]. Κατά συνέπεια, θα πρέπει να σταθμίζεται κάθε φορά αφενός το δικαίωμα άμυνας των καταγγελλόμενων επιχειρήσεων, και αφετέρου το δικαίωμα προστασίας των απορρήτων και των λοιπών εμπιστευτικών πληροφοριών των επιχειρήσεων, λαμβανομένων υπόψη των περιστάσεων κάθε υπόθεσης [βλ. ενδεικτικά υπόθεση ΠΕΚ Τ-36/91, ICI κατά Επιτροπής, Συλλ. 1995, σελ. II-1847, σκ. 98].

Λειτουργίας και Διαχείρισης Ε.Α, καθώς και Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής περί των κανόνων πρόσβασης στον φάκελο υπόθεσης, Ε.Ε. C 325 της 22/12/2005, σημ. 8-24. Ειδικά για τον κίνδυνο έκθεσης σε αντίποινα, βλ. ενδεικτικά υπόθεση ΠΕΚ Τ-65/89 BPB Industries και British Gypsum, Συλλ. 1993, σελ. ΙΙ-389, υπόθεση ΔΕΚ C-310/93P BPB Industries και British Gypsum, Συλλ. 1995, σελ. Ι-865, υπόθεση ΠΕΚ Τ-221/95 Endemol κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. ΙΙ-1299, σκ. 69, και υπόθεση ΠΕΚ Τ-5/02 Laval κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ. ΙΙ-4381, σκ. 98 επ.]. Επίσης, τα στοιχεία στα οποία δεν είχε πλήρη πρόσβαση η καταγγελλόμενη ήταν ελάχιστα σε σχέση τόσο με το συνολικό όγκο του φακέλου, όσο και με τον όγκο των εγγράφων που προσκόμισε η εταιρία ΑΖ για να στηρίξει την καταγγελία της. […]. Μάλιστα, όπως προαναφέρθηκε, από την Υπηρεσία είχε δοθεί στην καθ' ης, για διευκόλυνσή της, περιγραφή της ιδιότητας ή και κωδικοποιημένη αναφορά με μοναδικό αριθμό – κλειδί των αναφερόμενων προσώπων στα οποία δεν έχει παρασχεθεί πρόσβαση, πράγμα που της επέτρεψε να παρουσιάσει και τους συσχετισμούς των δήθεν μη επαληθευόμενων χονδρεμπόρων του σχετικού «Παράρτημα Χ/Α – Αναξιόπιστες Καταθέσεις Χονδρεμπόρων», την ταυτότητα αρκετών εκ των οποίων είχε, ωστόσο, εντοπίσει η ίδια.

1419 Σε κάθε περίπτωση, η πρόσβαση που χορηγήθηκε στην εξεταζόμενη υπόθεση ήταν εκτενής και λεπτομερής ως προς τις καταγγελλόμενες πρακτικές και τις πιθανολογούμενες παραβάσεις, επιτρέποντας στην ΑΖ την πλήρη κατανόηση και αντίκρουση όλων των σχετικών αιτιάσεων (όπως, άλλωστε, καταδεικνύεται και στα αναλυτικά υπομνήματα που αυτή υπέβαλε)[1621].

1420 Σε σχέση με τον ισχυρισμό της ΑΖ[1622] περί του ότι η απουσία πρακτικών αποκλεισμού εκ μέρους της ΑΖ αποδεικνύεται και από […], πρόκειται περί αλυσιτελούς αντιστροφής των στοιχείων του κανόνα και ισχύουν τα ήδη ανωτέρω εκτεθέντα. Ειδικότερα, κατάχρηση στοιχειοθετείται βάσει των πρακτικών που εφαρμόζει η δεσπόζουσα επιχείρηση, ανεξαρτήτως της […], δεδομένου: α. ότι οι πρακτικές αυτές δύνανται αφ' εαυτών να επιφέρουν αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα, αποκλεισμό και να ενσωματώνουν διακριτική μεταχείριση όταν προέρχονται από δεσπόζουσα επιχείρηση, β. τα μερίδια αγοράς εν προκειμένω υπερβαίνουν σε κάθε περίπτωση το τεκμήριο Akzo για κατοχή δεσπόζουσας θέσης, άρα η καθ' ης φέρει την ειδική ευθύνη εκ της θέσεώς της κατά τα προεκτεθέντα, γ. η πτώση των μεριδίων θα μπορούσε να είναι μεγαλύτερη αν η δεσπόζουσα επιχείρηση δεν χρησιμοποιούσε τις εν λόγω αντιανταγωνιστικές πρακτικές για να την αποτρέψει, και αν […][1623].

1421 Αναφορικά δε με το επιχείρημα της ΑΖ σύμφωνα με το οποίο η τιμολογιακή της πολιτική κυμαίνεται στα επίπεδα του ανταγωνισμού χωρίς σημαντική αύξηση καταδεικνύοντας ότι δεν συμπεριφέρεται ανεξάρτητα έναντι των ανταγωνιστών της και όπως ήδη έχει επισημανθεί, ο ισχυρισμός δεν μπορεί να ληφθεί υπόψη, πέραν των ανωτέρω, για τον επιπλέον λόγο ότι η ίδια η καθ' ης, ως ηγέτης στην αγορά από τη δεκαετία του 1980, είναι πιθανό να είχε ήδη θέσει το επίπεδο των τιμών σε υψηλά επίπεδα.

1422 Συμπερασματικά, οι πρακτικές αποκλεισμού της ΑΖ παρεμποδίζουν τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό

[1621] Απόφαση ΕΑ 520/2011, σκ. 9 επ.

[1622] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 615 επ.

[1623] Όπως επεσήμανε ο ίδιος ο […] της καθ' ης […] συνδέεται με την προσεκτικότερη συμπεριφορά της δεσπόζουσας επιχείρησης στην αγορά λόγω της πίεσης από μέρους της Επιτροπής Ανταγωνισμού, […] Πρακτικά Συνεδρίασης ΕΑ 21.3.2014, σ. 52.

και, ως εκ τούτου, ζημιώνουν τους καταναλωτές, ενώ για τη διαπίστωσή τους δεν χρειάζεται να καταδειχθεί, παρά τα περί του αντιθέτου προβαλλόμενα από την ΑΖ, συγκεκριμένη ζημία στους καταναλωτές. Το δε ζήτημα της ύπαρξης ή μη πρόθεσης παρεμπόδισης του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά ουδεμία έννομη επιρροή ασκεί εν προκειμένω.

1423 Το επιχείρημα της ΑΖ[1624] ότι το πραγματικό γεγονός της αποκλειστικής ή κατά κύριο λόγο διακίνησης των σημάτων ενός μόνο προμηθευτή δεν αρκεί για να στοιχειοθετηθεί απαγορευμένη αποκλειστικότητα, ενόψει όλων των ανωτέρω αναφερομένων και της αναλυτικής νομολογίας που παρατίθεται σχετικά, καθώς και του γεγονότος ότι αυτή συνοδεύεται με τη στοιχειοθέτηση μέσων / κινήτρων / όρων επιβολής αντίστοιχης υποχρέωσης ή ισοδύναμης παρακίνησης των πελατών εκ μέρους του προμηθευτή κατά τα ειδικώς στις οικείες ενότητες εκτιθέμενα, παρέλκει να εξετασθεί περαιτέρω.

1424 Ως προς τα προσκομιζόμενα και επικαλούμενα Ερωτηματολόγια της ΑΖ, τα οποία απέστειλε σε […] χονδρεμπόρους -ήδη πελάτες της- (ΣΧΕΤΙΚΟ Χ/3 του από 04.03.2014 υπομνήματος της ΑΖ), σημειώνεται αφενός ότι αυτά ελήφθησαν με αναφορά ότι θα χρησιμοποιούνταν στην ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού διαδικασίας, επωνύμως (μάλιστα επιστρέφονταν σε υπαλλήλους της αντισυμβαλλόμενης ΑΖ) χωρίς να διασφαλίζεται, με οποιονδήποτε τρόπο, η ανωνυμία, ως προς την ΑΖ, του απαντώντος πελάτη ή το απόρρητο του περιεχομένου της απάντησης[1625], χωρίς επίσης να ανατεθεί η εργασία σε έναν τρίτο, ήτοι χωρίς τα εχέγγυα του απορρήτου και της εξ αυτού απορρέουσας ασφάλειας για τον πελάτη ο οποίος θα μπορούσε έτσι να απαντήσει ελεύθερα και χωρίς να αισθάνεται δεσμεύσεις είτε πίστης, είτε εκ της ενδεχόμενης απειλής ως προς την ομαλή ροή της συνεργασίας του με την ΑΖ – η οποία συνιστά κατά τα προεκτεθέντα, αναγκαίο εμπορικό εταίρο του. Αφετέρου, η τρέχουσα συνεργασία δημιουργεί συγκεκριμένες συνθήκες που αίρουν την αξιοπιστία του εν λόγω δείγματος και δη, πέραν της απειλής για τη συνεργασία σε περίπτωση τυχόν απάντησης που θα ήταν δυσμενής για την αντισυμβαλλόμενη ΑΖ, δεν επιτρέπει τη μελέτη περιπτώσεων οι οποίες ενδεχομένως είναι δυσαρεστημένες από την ΑΖ και επέλεξαν να μην συνεργαστούν με αυτήν.

1425 Σε κάθε περίπτωση, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι αυτά τα ερωτηματολόγια, εν είδει έρευνας αγοράς της ΑΖ, έγιναν ενόψει της διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ και, συνεπώς, πάσχουν από τα συναφή μεθοδολογικά ζητήματα ως προς την αξιοπιστία τους, καθώς, επιπλέον, δεν έχουν προετοιμασθεί σε μη ύποπτο χρόνο στο πλαίσιο των κανονικών εργασιών της επιχείρησης για τους σκοπούς λήψης των συνήθως επιχειρηματικών αποφάσεων[1626].

1426 Άλλωστε, όπως και η καταγγέλλουσα αναφέρει ως προς τον τρόπο λήψης των απαντήσεων από την ΑΖ στο από 28.02.2014 υπόμνημά της: «από πάμπολλες και διασταυρωμένες πληροφορίες που λάβαμε

[1624] Υπόμνημα ΑΖ της 04.03.2014, παρ. 628 επ.

[1625] Συγκεκριμένα στη σχετική επιστολή με τα ερωτήματα που η καθ' ης απευθύνει στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις σαφώς επισημαίνει ότι σκοπός του ερωτηματολογίου είναι «[…]» και ότι *« [….]»*.

[1626] Πρβλ. παρ. 41 ανακοίνωσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσον αφορά τον ορισμό της σχετικής αγοράς για τους σκοπούς του κοινοτικού δικαίου ανταγωνισμού: *«Η Επιτροπή εξετάζει με τη μεγαλύτερη δυνατή προσοχή τις έρευνες που έχουν διεξαχθεί μεταξύ των καταναλωτών από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ή ανταγωνιστές τους ειδικά για τους σκοπούς της διαδικασίας εξέτασης μιας πράξης συγκέντρωσης ή μιας πράξης συγκέντρωσης ή μιας διαδικασίας βάσει του κανονισμού αριθ. 17. Αντίθετα με τις προϋπάρχουσες μελέτες, οι έρευνες αυτές δεν έχουν πραγματοποιηθεί στο πλαίσιο των συνήθων δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων για τη λήψη σοβαρών αποφάσεων»*.

σχετικά από την αγορά και πελάτες χονδρεμπόρους που κλήθηκαν να απαντήσουν στο ερωτηματολόγιο αυτό μπορούμε με βεβαιότητα να αναφέρουμε ότι η συλλογή των πληροφοριών γίνεται ως ακολούθως: Στην πλειονότητα των περιπτώσεων τα ερωτηματολόγια δεν αποστέλλονται με οποιοδήποτε τρόπο αλλά παραδίδονται στους χονδρεμπόρους προσωπικά από τους πωλητές της καταγγελλόμενης σε επιτόπιες επισκέψεις των τελευταίων στις αποθήκες των συνεργατών της ΑΖ. Η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων γίνεται επιτόπου και σχεδόν πάντοτε παρουσία των εκπροσώπων της καταγγελλόμενης και συχνά με την καθοδήγηση τους. Τα ερωτηματολόγια παραδίδονται “εν πρωτοτύπω” στους εκπροσώπους της καταγγελλόμενης (και δεν αποστέλλονται με fax όπως αναφέρεται στην σχετική επιστολή) ενώ στις περισσότερες των περιπτώσεων δεν αφήνεται κανένα αντίγραφο του ερωτηματολογίου στους χονδρεμπόρους (με αποτέλεσμα να μην είναι δυνατός ο έλεγχος των απαντήσεων που έχουν δώσει)». Σχετικώς η Μύθος επικαλείται τα έντυπα που συμπλήρωσαν οι πωλητές της για τις συνθήκες διεξαγωγής της έρευνας σε χονδρεμπόρους στο […], στα […], στο […], στο […], στην […], στη […], στην […], στην […], στη […], στην […], στην […], στην […], στα […]και στη […] μετά από σχετικές επαφές με τους αντίστοιχους χονδρεμπόρους που πανομοιότυπα αναφέρουν τα παραπάνω[1627].

1427 Περαιτέρω η Μύθος στο από 28.02.2014 υπόμνημά της επισημαίνει ότι το ερωτηματολόγιο που απέστειλε η ΑΖ στους χονδρεμπόρους λίγες ημέρες μετά την κοινοποίηση της Εισήγησης επί της υποθέσεως:

α) έγινε υπό άγνωστες συνθήκες και μεθοδολογία διεξαγωγής της έρευνας οι οποίες σε κάθε περίπτωση δεν παρέχουν εγγυήσεις αμεροληψίας (και όχι λ.χ. μέσω της διεξαγωγής της έρευνας από τρίτη ανεξάρτητη επιχείρηση διενέργειας ερευνών).

β) οι κατ' ιδίαν ερωτήσεις είναι διατυπωμένες με τέτοιο τρόπο που δύσκολα επιδέχονται άλλης μορφής απάντηση από αυτές που θα εξυπηρετούσαν την καταγγελλόμενη, εάν ιδίως ληφθεί υπόψιν ότι στην εισαγωγή του ερωτηματολογίου προσδιορίζεται η χρήση του σε υπόθεση στην οποία εμπλέκεται η ΑΖ με τη μνεία ότι: «[…]».

γ) Κατά την καταγγέλλουσα, η ΑΖ απευθύνεται μόνο σε χονδρεμπόρους και δη σε εκείνους με τους οποίους συνεργάζεται και ελέγχει (με αποτέλεσμα τα όποια συμπεράσματα και απαντήσεις να ελέγχονται από πλευράς αντικειμενικότητας και αμεροληψίας καθώς θα εξαχθούν από απαντήσεις επιχειρηματιών πλήρως ή κατά μεγάλο βαθμό οικονομικά εξαρτημένων από την καταγγελλόμενη). Όπως αναφέρει η καταγγέλλουσα, εάν οι αποδέκτες του ερωτηματολογίου και όσοι απάντησαν σε αυτό είναι «συνεργάτες» της «Α.Ζ.» τότε είναι οι απαντήσεις των επιχειρηματιών δεν παρέχονται σε καθεστώς αμεροληψίας και ελεύθερης απόκρισης.

δ) Δεν καλύπτει την εξεταζόμενη περίοδο και περιέχει χρονικό περιορισμό όταν εισάγει όλες τις σχετικές ερωτήσεις με τη φράση «[…]» και έτσι όλες οι τυχόν πληροφορίες που θα δοθούν από την καταγγελλόμενη με βάση το εν λόγω ερωτηματολόγιο δεν αφορούν την περίοδο […].

1428 Επίσης δεν υπάρχει πεδίο στο ερωτηματολόγιο στο οποίο ο ερωτώμενος συνεργάτης μπορεί να

[1627] Βλ. σχετικ 84-109 του από 28.02.2014 υπομνήματος της Μύθος.

προσδιορίσει από πότε συνεργάζεται με την «Α.Ζ.» και για ποια περίοδο δίδει τις απαντήσεις του, και, κατά τη Μύθος, το ερώτημα « […]» είτε αφορά στο σήμερα (και δεν έχει καμία αξία για την υπό εξέταση περίοδο) είτε ενέχει το στοιχείο της διάρκειας (χωρίς όμως να προσδιορίζεται ο εναρκτήριος χρόνος συνεργασίας με την καταγγελλόμενη).

1429 Τέλος, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα δεν μπορεί να αναμένεται ότι ο συνεργάτης της ΑΖ θα επιλέξει να δώσει αρνητική για την ΑΖ απάντηση λόγω του ρίσκου η καταγγελλόμενη να μεταβάλει τους όρους συνεργασίας ή να αρνηθεί πώληση.

1430 Επίσης, όπως επισημαίνει η Μύθος, λείπει το βασικό ποσοτικό στοιχείο σε τι ποσοστό εμπορεύεται ο εκάστοτε συνεργάτης της καταγγελλόμενης άλλα προϊόντα.

1431 Σε κάθε περίπτωση, λόγω της πληθώρας των προς αυτό συντεινόντων στοιχείων που προεκτέθηκαν, είναι απορριπτέος ο σχετικός ισχυρισμός της ΑΖ, και η επίκληση των ερωτηματολογίων που απηύθυνε στους πελάτες και οι επικαλούμενες δηλώσεις των τελευταίων.

1432 Ωστόσο, από τα τελευταία ερωτηματολόγια (σχετικό ΑΖ Χ/3) προκύπτουν ορισμένα άξια αναφοράς στοιχεία. Πρώτον, από τους […] χονδρεμπόρους που απάντησαν στα ερωτηματολόγια της ίδιας της ΑΖ, οι […] απαντούν ότι εμπορεύονται μόνο προϊόντα της ΑΖ. Αυτό βεβαίως δεν απαντάει στην ερώτηση πόσοι εμπορεύονται προϊόντα της ΑΖ άνω του ορίου του 80%, που είναι, σίγουρα, ένας αριθμός σημαντικά μεγαλύτερος (αντίστοιχα ισχύουν και για το επικαλούμενο από την ΑΖ δείγμα […] καταστάσεων αποθηκών χονδρεμπόρων, που απαντούν για τα ευρισκόμενα στις αποθήκες τους προϊόντα την 31.12.2013 –σύμφωνα με αυτό το […] διακινούν σήματα ανταγωνιστών της ΑΖ, δεν μας λένε όμως αν η διακίνηση ανταγωνιστικών σημάτων γίνεται σε πολύ μικρό επίπεδο κάτω του 20%).

1433 Σε κάθε περίπτωση, σε σχέση με τα προεκτεθέντα αναφορικά με τη μειωμένη αποδεικτική ισχύ των προσκομισθεισών απαντήσεων επί του ερωτηματολογίου που τους απηύθυνε η καθ' ης, πρέπει να σημειωθεί ότι παρόμοιοι προβληματισμοί εγείρονται και ως προς τις υποβληθείσες διαψεύσεις εκ μέρους χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που η καθ' ης έθεσε υπόψη της Ε.Α. αναφορικά με τα εκτεθέντα από τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης περιστατικά. Αναλυτικότερα, η ΑΖ όπως ήδη έχει αναφερθεί απευθύνθηκε στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες εμπλέκονται στα περιστατικά που επικαλείται η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης αναπαράγοντας τους ισχυρισμούς της τελευταίας και ζητώντας από τις εν λόγω επιχειρήσεις να επιβεβαιώσουν την ισχύ αυτών[1628]. Ως εκ τούτου, και σε αυτήν την περίπτωση οι ερωτώμενες επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με την απειλή διατάραξης της ομαλής συνεργασίας με τον κατά τα προαναφερθέντα αναγκαίο εμπορικό εταίρο ΑΖ σε περίπτωση μη ευνοϊκής απάντησης για την τελευταία. Όπως προεκτέθηκε, η συλλογή πληροφοριών από τους πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης από την ίδια την καθ' ης, η οποία έλαβε πλήρη γνώση των λεγομένων κάθε επιχείρησης / πελάτη στον οποίο απευθύνθηκε και ο οποίος απάντησε επωνύμως είναι μειωμένης αποδεικτικής αξίας.

1434 Σε σχέση με τους ισχυρισμούς της ΑΖ (ενότητα Γ.5 του από 04.03.2014 υπομνήματος) περί του ότι δεν αποδείχθηκε υπολογίσιμο αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα στην αγορά, αρκεί να παραπέμψουμε στα

[1628] Στις επιστολές που απέστειλε η ΑΖ αναφέρει: […].

ανωτέρω εκτεθέντα προκειμένου να υπογραμμισθεί ότι η επίδειξη αντιανταγωνιστικού αποτελέσματος στην αγορά δεν απαιτείται, και να υπογραμμίσουμε ότι, σύμφωνα και με την πρόσφατη απόφαση του ΓενΔικ στην υπόθεση Intel[1629], και σύμφωνα με πάγια νομολογία, δεν υφίσταται όριο ή κατώφλι του οποίου η υπέρβαση να απαιτείται προκειμένου να στοιχειοθετηθεί η καταχρηστικότητα της πρακτικής.

1435 Κατά πάγια νομολογία, για να στοιχειοθετηθεί κατάχρηση δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι η εξεταζόμενη πρακτική είχε συγκεκριμένο αποτέλεσμα στις οικείες αγορές - αρκεί να αποδειχθεί ότι κατατείνει να περιορίσει τον ανταγωνισμό ή, ότι είναι ικανή ή μπορεί να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα. Η δε επιδίωξη αποκλεισμού δύναται να ενισχύσει το συμπέρασμα περί καταχρηστικής εκμετάλλευσης δεσπόζουσας θέσεως, αλλά δεν αποτελεί προϋπόθεση για αυτό[1630]. Σύμφωνα με την απόφαση ΔΕΕ στην υπόθεση Tomra «*… οι πελάτες που βρίσκονται στο κλειστό στον ανταγωνισμό τμήμα της αγοράς έπρεπε να έχουν τη δυνατότητα να επωφελούνται πλήρως από τις υφιστάμενες στην αγορά δυνατότητες ανταγωνισμού και οι ανταγωνιστές να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της» ενώ «ο ορισμός συγκεκριμένου ορίου αποκλεισμού από την αγορά δεν ήταν αναγκαίος, προκειμένου να εφαρμοστεί το άρθρο 102 ΣΛΕΕ*[1631]». Συνεπώς, δεν εφαρμόζεται το επικαλούμενο από την ΑΖ σκεπτικό de minimis στις πρακτικές αποκλεισμού αλλά οι ανταγωνιστές πρέπει να μπορούν να ανταγωνίζονται αλλήλους με βάση το κριτήριο της αποδόσεώς τους στο σύνολο της αγοράς και όχι μόνο σε τμήμα της.

1436 Εν προκειμένω, βάσει των ανωτέρω, καταδεικνύεται ότι οι επίμαχες πρακτικές της δεσπόζουσας επιχείρησης έχουν ως σκοπό να καταργήσουν ή να περιορίσουν τις δυνατότητες επιλογής του αγοραστή ως προς τις πηγές εφοδιασμού του, να παρεμποδίσουν την είσοδο ανταγωνιστών στην αγορά, να επιβάλουν σε εμπορικούς εταίρους διαφορετικούς όρους για ισοδύναμες παροχές και να ενισχύσουν τη δεσπόζουσα θέση διά της νόθευσης του ανταγωνισμού. Υπενθυμίζεται ότι στο μέτρο που η δομή του ανταγωνισμού στην αγορά είναι ήδη εξασθενημένη λόγω της παρουσίας της κατέχουσας δεσπόζουσα θέση επιχείρησης, κάθε πρόσθετος περιορισμός στη δομή αυτή ενδέχεται να στοιχειοθετεί καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης[1632].

1437 Σε σχέση με τα επιμέρους επιχειρήματα της ΑΖ (ενότητα Δ υπομνήματος της 04.03.2014), πέραν των ανωτέρω, σημειώνεται ότι στα στοιχεία αποκλίσεων από την πιστωτική πολιτική τα οποία χρησιμοποιήθηκαν για τη στοιχειοθέτηση της παραβατικής πρακτικής δεν περιλήφθηκαν περιπτώσεις οικονομικής δυσπραγίας / επίδειξης ανοχής εκ μέρους της ΑΖ σε καθυστερήσεις πληρωμών λόγω οικονομικών προβλημάτων. Περαιτέρω και σε σχέση με το επικληθέν από την καθ' ης εσωτερικό σημείωμα της 10.09.2004 του […], επισημαίνεται ότι […][1633] δεν μπορεί να επηρεάσει τα ανωτέρω συμπεράσματα**.** Είναι δε προφανές ότι το αν η ΑΖ επέδειξε σε ορισμένες περιπτώσεις σε χονδρεμπόρους «ανοχή» σε καθυστερήσεις πληρωμών λόγω οικονομικής δυσπραγίας καθόλου δεν

[1629] Απόφαση ΓενΔικ της 12.06.2014, υπόθ. Intel T-286/09.
[1630] Απόφαση ΠΕΚ της 09.09.2009, Clearstream Banking AG κ.ά. κατά Επιτροπής, T‑301/04.
[1631] Απόφαση ΔΕΕ της 19.04.2012, υπόθ. C-549/10 P, Tomra Systems ASA κ.ά. κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής - ομοίως απόφαση Intel ΓενΔικ.
[1632] Απόφαση Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, 85/76, EU:C:1979:36, σκέψη 123.
[1633] Βλ. […].

μπορεί να αναιρέσει τα παραπάνω.

1438 Σε σχέση με τον ισχυρισμό της καθ' ης σύμφωνα με τον οποίο η καθ' ης δεν αποσκοπεί στον περιορισμό ή αποκλεισμό του ανταγωνισμού μέσω των εν λόγω πιστωτικών διευκολύνσεων αποδεικνύεται μέσω […][1634][…][1635], η περαιτέρω εξέτασή του παρέλκει δεδομένων των προεκτεθέντων ζητημάτων που παρουσιάζουν τα ερωτηματολόγια στα οποία βασίστηκε η οικονομική ανάλυση εξ επόψεως μεθοδολογίας / αποδεικτικής αξίας και διατύπωσης των ερωτήσεων (ιδίως αδυναμία εξαγωγής συμπερασμάτων ως προς την αποκλειστικότητα).

1439 Σχετικά δε με τις διαπιστώσεις που εμπεριέχονται στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σχετικά με την απουσία διαφοροποίησης της πιστωτικής πολιτικής της καθ' ης […], βάσει της οποίας επίσης προκύπτει κατά την ΑΖ απουσία στόχευσης στο πλαίσιο εφαρμογής της πιστωτικής της πολιτικής επισημαίνονται ότι αυτές δεν μπορούν να γίνουν δεκτές. Και τούτο για το λόγο ότι η εν λόγω ανάλυση αγνοεί τις εξατομικευμένες πιστωτικές διευκολύνσεις που η ΑΖ εφάρμοσε στο πλαίσιο της καταχρηστικής της συμπεριφοράς, καθώς λαμβάνει υπόψη το μέσο […][1636].

1440 Σε σχέση με τις ειδικές πιστώσεις προ της θερινής περιόδου και της περιόδου ανατιμήσεων, η ΑΖ ισχυρίζεται ότι δεν οδηγούσε σε παρακίνηση των χονδρεμπόρων για αγορά μεγάλων ποσοτήτων και αποκλεισμό των ανταγωνιστών της με τη δημιουργία «στοκ» στις αποθήκες τους και αποκλεισμό του διαθέσιμου χώρο. Ωστόσο, τα επιχειρήματά της ΑΖ σχετικά δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτά για τους ακόλουθους, ιδίως, λόγους: Κατ΄αρχάς το ότι […] ουδεμία επιρροή ασκεί στη διαπίστωση της παράβασης, δεδομένου ότι, λόγω της ιδιαίτερης ευθύνης που υπέχουν οι δεσπόζουσες επιχειρήσεις, αυτές ενδέχεται να στερηθούν του δικαιώματος υιοθέτησης συμπεριφοράς ή λήψης μέτρων που τυχόν αποτελούν τρέχουσα (συνήθη) πρακτική εντός της σχετικής αγοράς ή μέτρων μη συνεπαγομένων αφεαυτών κατάχρηση, ακόμη δε και μη καταδικαστέων αν είχαν υιοθετηθεί ή ληφθεί από επιχειρήσεις που δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση[1637]. Σημειωτέον ότι δεν αμφισβητείται ([…][1638], μεταξύ άλλων), ότι η εποχική πίστωση που χορηγεί η ΑΖ και η πίστωση ανατίμησης συνιστούν κίνητρο αύξησης των αγορών τους από την εν λόγω εταιρία.

1441 Ο δε ισχυρισμός που προβάλλεται στην Οικονομική Ανάλυση ΑΖ σχετικά με το ότι το όφελος που προκύπτει από την επέκταση του χρόνου αποπληρωμής πελατών στο πλαίσιο μίας ευέλικτης πιστωτικής πολιτικής της καθ' ης δήθεν είναι «αμελητέο», είναι απορριπτέος ως αλυσιτελής και αβάσιμος, δεδομένου ότι, πέραν του ότι δεν αναφέρεται στις περιπτώσεις πιστώσεων ανατίμησης ή εποχικών που […], σε κάθε περίπτωση το μηδενικό κόστος χρήματος που προκύπτει από την παράταση της πίστωσης εκ μέρους της καθ' ης είναι σαφώς προτιμότερο από το οποιοδήποτε κόστος σε όρους κεφαλαίου

[1634] Ως παρουσιάζεται στο […].
[1635] Βλ. σχετ. […].
[1636] Το ίδιο ισχύει και για […].
[1637] Βλ. σχετικά αποφάσεις ΠΕΚ Τ-111/96 ITT Promedia κατά Επιτροπής Συλλ. 1998 σελ. ΙΙ-2937, σκ. 139, ΠΕΚ Τ-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής Συλλ. 2003, σελ. ΙΙ-4653, σκ. 159, ΠΕΚ Τ-191/98 Atlantic Container Line (TACA) Συλλ. 2003, σελ. ΙΙ-3275, σκ. 1124-1125 και ΔΕΚ C-322/81 Michelin κατά Επιτροπής Συλλ. 1983 σελ. 3461, σκ. 57.

[1638] Βλ. πρακτικά 18ης συνεδρίασης ΕΑ της 31.03.2014, σ. 63 επ.

κίνησης που θα επωμίζονταν οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις σε αντίθετη περίπτωση. Η ανωτέρω διαπίστωση αποκτά μεγαλύτερη αξία στις περιπτώσεις κατά τις οποίες η παράταση της πίστωσης χορηγείται σε μία πιο μακροχρόνια βάση.

1442 Το (μη αμφισβητούμενο από την ΑΖ) γεγονός ότι στους χονδρέμπορους παρέχεται μεγαλύτερη πίστωση από την ΑΖ τόσο ενόψει των ανατιμήσεων (αυτή η πίστωση, κατά την ΑΖ, […]) όσο και εν όψει της θερινής περιόδου, οδηγεί σε σημαντικό κίνητρο αγοράς προϊόντων από την Αθηναϊκή στις πιο ευαίσθητες και εμπορικές περιόδους, στην αρχή της σεζόν, και, σε αποκλεισμό των ανταγωνιστικών προϊόντων λόγω του πεπερασμένου χώρου των αποθηκών και της πεπερασμένης οικονομικής δυνατότητας αγορών ανά είδος. Εξάλλου, δεν προβάλλεται καμία πειστική αντικειμενική δικαιολόγηση για την εν λόγω πρακτική και η, εντελώς αστάθμητη και τυχαία εξήγηση που προσπάθησε να δώσει ο μάρτυς της ΑΖ […] για τις πιστώσεις αποθεματοποίησης, ([…] πρακτικά 18ης συνεδρίασης της 31.3.2014), δεν κρίνονται πειστικά και λυσιτελή να δικαιολογήσουν τον προκαλούμενο αποκλεισμό.

1443 Όσο για τα στοιχεία και την οικονομική ανάλυση που χρησιμοποιεί η ΑΖ για να υποστηρίξει ότι βάσει των διαστάσεων των αποθηκών των χονδρεμπόρων και της ποσότητας των παραγγελιών τους δεν αποκλείονται οι ανταγωνιστές της ΑΖ (βλ. ιδίως ενότητα 3.6 της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ και […]), αυτά δεν μπορούν να ληφθούν υπόψη δεδομένου ότι δεν αναφέρονται στο χώρο που διατηρούν οι χονδρέμποροι για την τήρηση των αποθεμάτων μπίρας, αλλά στο συνολικό χώρο της αποθήκης, δηλαδή στο χώρο που αποδίδεται από τους χονδρεμπόρους και σε όλα τα λοιπά προϊόντα που αυτοί εμπορεύονται[1639]. Επιπλέον, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ βασίζεται σε γενικευμένες υποθέσεις αναφορικά με τη μηνιαία ποσότητα και τον όγκο των παραγγελιών[1640] καθώς και τη χωροταξική εναπόθεση αυτών[1641] τα οποία δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτυπώνουν την πραγματική εικόνα[1642].

1444 Άλλωστε, ενδεικτικά ως προς την αξιοπιστία των συμπερασμάτων της Οικονομικής Ανάλυσης, η Οικονομική Ανάλυση ΑΖ συμπεραίνει ότι το μέγιστο ποσοστό του χώρου που καταλαμβάνει η παραγγελία από την ΑΖ ανά μήνα είναι […] ενώ ο ίδιος ο μάρτυρας της ΑΖ, […], ο οποίος διατηρεί εμπορική συνεργασία με την καθ΄ης, κατά την ακροαματική διαδικασία[1643] παρατήρησε ότι […]. Άλλωστε το συμπέρασμα της Οικονομικής Ανάλυσης ΑΖ έρχεται σε αντίφαση με τον ίδιο τον ισχυρισμό της καθ' ης (βλ. παρ. 650 του από 4/3/2014 υπομνήματος ΑΖ) σύμφωνα με τον οποίο το μερίδιο ζήτησης για τα προϊόντα της είναι *«αυτονόητο έως νομοτελειακό ότι το ποσοστό αυτό θα αποτυπώνεται στις αποθήκες των χονδρεμπόρων δεδομένης της ζήτησης των σημάτων της ΑΖ και μόνον»*.

1445 Σε κάθε περίπτωση, η ΑΖ παραλείπει να προσκομίσει στοιχεία από τα οποία να προκύπτει ότι οι

[1639] Όπως προκύπτει και από την απάντηση του [...] κατά την ακροαματική διαδικασία (βλ. Πρακτικά της Συνεδρίασης που έλαβε χώρα την 15.04.2014, σελ. 17).

[1640] Ενδεικτικά, για τους σκοπούς της ανάλυσης έχει ληφθεί υπόψη [...]. Στο από 18.06.2014 συμπληρωματικό υπόμνημά της η Μύθος Ζυθοποιία παραθέτει για τη χονδρεμπορική επιχείρηση του [...] στοιχεία [...], από τα οποία προκύπτει ότι δεν είναι αναλογική η σχέση μεταξύ των δύο μεγεθών. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει η καταγγέλλουσα «[...]».

[1641] Η Οικονομική Ανάλυση της ΑΖ βασίζεται στην υπόθεση ότι «[...]». Ωστόσο όπως διευκρίνισε ο […] κατά την ακροαματική διαδικασία (Πρακτικά της Συνεδρίασης που έλαβε χώρα την 31.03.2014, σελ. 39 και 45) δεν έχουν όλες οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις τη δυνατότητα αυτού του τρόπου […].

[1642] Π.χ. λαμβάνει υπόψη [...].

[1643] Βλ. Πρακτικά της Συνεδρίασης που έλαβε χώρα την 31.03.2014, σελ. 45).

χονδρέμποροι, αγοράζοντας προϊόντα στις παλαιές τιμές μετακύλησαν το σχετικό οικονομικό όφελος στα τελικά σημεία και εν τέλει τους καταναλωτές.

1446 Σε σχέση με το ζήτημα των πιστώσεων, ως προς τους ισχυρισμούς της ΑΖ[1644] σε σχέση με το εσωτερικό έγγραφο της ΑΖ από 07.03.2005, επίσης δεν κρίνονται αυτοί πλήρεις, λυσιτελείς και βάσιμοι, για τους λόγους που προαναφέρθηκαν και ιδίως δεδομένου ότι το εσωτερικό αυτό έγγραφο για τις πιστώσεις ανατίμησης, ρητώς συνδέει την πίστωση με στόχους τιθέμενους από την εταιρία, με αποτέλεσμα αυτού την *«επίτευξη του επιθυμητού στόχου κιβωτίων»*. Το εσωτερικό αυτό έγγραφο συνταχθέν in tempore non suspecto έχει μεγαλύτερη αποδεικτική αξία από την επικαλούμενη μεταγενέστερη ενόψει της διαδικασίας [...][1645,1646].

1447 Περαιτέρω, στην ενότητα Δ.1.Γ.του από 04.03.2014 υπομνήματός της, η ΑΖ διατείνεται ότι οι μακροχρόνιες πιστώσεις που δόθηκαν από την ΑΖ εν είδει διευκόλυνσης σε συνεργαζόμενους με αυτήν χονδρεμπόρους ήταν απολύτως σύννομες και δεν χρησιμοποιούνταν ως μέσο πίεσης ή εξάρτησης των τελευταίων από την ΑΖ. Κατά την ΑΖ πρόκειται [...]. Από αυτό προκύπτει και εν προκειμένω το ισχυρό, και συνδεδεμένο με το μέγεθος της διευκόλυνσης, κίνητρο πίστης (διατήρησης ή επαύξησης του κύκλου εργασιών σε προϊόντα ΑΖ και άρα συντήρησης ή ενίσχυσης της δεσπόζουσας θέσης της καθ' ης) που χορηγούνταν στον πελάτη κατά τα προεκτεθέντα, εξ ου και οι ισχυρισμοί της ΑΖ δεν μπορεί να γίνουν δεκτοί.

1448 Είναι προφανές ότι το κίνητρο της ιδιαίτερα σημαντικής αυτής πίστωσης καταλαμβάνει τα προϊόντα της ΑΖ, εξ ου και αβασίμως προβάλλεται από την ΑΖ ότι δεν δημιουργεί πίεση στους χονδρεμπόρους για αγορά προϊόντων ΑΖ κατ' αποκλεισμό των ανταγωνιστών, τόσο αφ' εαυτής όσο και σε συνδυασμό με όλες τις υπόλοιπες επάλληλες αντιανταγωνιστικές πρακτικές της ΑΖ.

1449 Η ΑΖ προς επίρρωση των ισχυρισμών της περί απουσίας συσχετισμού μεταξύ των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων που έλαβαν μακροχρόνια πίστωση και της αποκλειστικότητας διάθεσης των εμπορικών της σημάτων, παραπέμπει στα αποτελέσματα της έρευνας που η ίδια διεξήγαγε[1647] και στο πλαίσιο της οποίας δείγμα χονδρεμπορικών επιχειρήσεων ερωτήθηκε ως προς το εάν η πιστωτική πολιτική της ΑΖ είναι ανεξάρτητη από την εκ μέρους τους διακίνηση ανταγωνιστικών προϊόντων ζύθου. Ωστόσο, σε σχέση με τα ευρήματα της ως άνω έρευνας, πέραν των προεκτεθέντων ζητημάτων μεθοδολογίας και αξιοπιστίας της εν λόγω έρευνας, πρέπει να σημειωθεί ότι το σχετικό ερώτημα αναζητά την ενδεχόμενη επιβολή περιορισμών εκ μέρους της καθ' ης σε σχέση με τους εν γένει όρους πίστωσης που διέπουν την εμπορική τους συνεργασία και όχι σε σχέση με τις συγκεκριμένες ειδικές περιπτώσεις παράτασης της χορήγησης πίστωσης ως ενίσχυση στο πλαίσιο βελτίωσης των υποδομών τους που ελέγχονται. Σε κάθε περίπτωση δεν θα πρέπει να παραβλεφθεί το γεγονός ότι […].

1450 Περαιτέρω, η ΑΖ παραπέμπει στα ευρήματα της εν λόγω έρευνας σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα

[1644] Περί του ότι, ιδίως, [...].
[1645] Βλ. [...].
[1646] Το ίδιο ισχύει και για [...] σχετικά με το από 11.03.2005 έγγραφο με θέμα «Αναθεωρημένη Πρόταση Πιστωτικής Πολιτικής» [...].
[1647] Βλ. σχετ. Χ/3 και Χ/3Α του από 4/3/2014 υπομνήματος ΑΖ.

της απογραφής των αποθηκών δείγματος χονδρεμπορικών επιχειρήσεων[1648] από την οποία προκύπτει ότι το Δεκέμβριο του 2013, […] εκ των […] ερωτηθεισών επιχειρήσεων διακινούσαν ανταγωνιστικά σήματα προϊόντων ζύθου. Σε σχέση με τον ως άνω συσχετισμό λεκτέα είναι τα ακόλουθα:

-Το αποτέλεσμα της κατάστασης αποθηκών των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων αποτυπώνει την εικόνα ενός μήνα εκ του συνόλου των ετών της εξεταζόμενης περιόδου και μάλιστα ενός μη αντιπροσωπευτικού μήνα λαμβάνοντας υπόψη την εποχικότητα που παρουσιάζει το προϊόν.

-Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της απογραφής, […] επιχειρήσεις εμφανίζουν μεν απόθεμα σε ανταγωνιστικά προϊόντα, ωστόσο δεν γίνεται αναφορά ως προς την ποσοστιαία συμμετοχή αυτών στο σύνολο των αποθηκευμένων προϊόντων ζύθου και δη εάν το εν λόγω ποσοστό ήταν μικρότερο του 20%.

1451 Η ΑΖ διατείνεται ότι δεν μείωσε την πίστωση και το πιστωτικό όριο (plafon) ούτε χειροτέρευσε τους συναλλακτικούς της όρους όταν διατίθεντο ανταγωνιστικά προϊόντα στο κανάλι διανομής των χονδρεμπόρων, ούτε χρησιμοποίησε οικονομικά κίνητρα και αντικίνητρα για την επαύξηση της πελατειακής πίστης. Στο πλαίσιο αυτό, η ΑΖ υποστηρίζει ότι το ότι οι χονδρέμποροι ήταν πάντοτε απολύτως ελεύθεροι να διαμορφώνουν τις επιχειρηματικές επιλογές τους και η ΑΖ δεν επεδίωξε να τους επιβληθεί επιβεβαιώνεται από […][1649] […][1650]. Ωστόσο ο ισχυρισμός της ΑΖ δεν μπορεί να γίνει αποδεκτός και τα συμπεράσματά της αφενός δεν ασκούν έννομη επιρροή και αφετέρου ουδόλως μπορεί να προκύψουν από […].

1452 Σε σχέση με τη χρήση των τριγωνικών παραδόσεων ως οικονομικού κινήτρου αποκλεισμού και ως μέσο διακριτικής μεταχείρισης, η ΑΖ διατείνεται ότι δεν έχει χρησιμοποιήσει τις τριγωνικές παραδόσεις ή την προώθηση συνεργασιών με τελικά σημεία ως αντάλλαγμα για αποκλειστικότητα. Συναφώς, αναφέρει ότι μεγάλος αριθμός χονδρεμπόρων στους οποίους είχαν ανατεθεί τριγωνικές παραδόσεις διακινούσαν και ανταγωνιστικά της ΑΖ προϊόντα και δεν ήταν «αποκλειστικοί» διακινητές προϊόντων της. Η ΑΖ δεν αναφέρει, ωστόσο, τα ποσοστά διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων ή αν η επικαλούμενη διακίνηση ανέρχονταν σε ποσοστό άνω του 20%. […][1651].

1453 Σε σχέση με τη χρήση προσημειώσεων από την ΑΖ ως μέσον περιορισμού του εφοδιασμού των χονδρεμπόρων από ανταγωνιστές της, η ΑΖ αναγνωρίζει ότι σε συγκεκριμένες περιπτώσεις λάμβανε εμπράγματες εξασφαλίσεις από χονδρεμπόρους, ισχυρίζεται, ωστόσο, ότι η λήψη τους δεν λειτούργησε ως «μέσο πίεσης» των χονδρεμπόρων για αποκλειστικότητα ή για περιορισμό διακίνησης ανταγωνιστικών προϊόντων αλλά ότι ελάμβανε **εμπράγματες εξασφαλίσεις μόνο στις ακόλουθες περιπτώσεις**:

[…][1652].

1454 Εντούτοις, η λήψη προσημειώσεων δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστά ένα αναλογικό μέτρο αντικατάστασης του πιστοληπτικού ελέγχου όταν προέρχεται από εταιρία με δεσπόζουσα θέση. Επίσης,

---

[1648] Βλ. σχετ. Χ/4 και Χ/4Α του από 4/3/2014 υπομνήματος ΑΖ.
[1649] […].
[1650] […].
[1651] Βλ. […].
[1652] Βλ. σχετικά και παρ. 680 της Εισήγησης, κατάθεση […].

εξετέθησαν προηγουμένως οι λοιποί παράγοντες που καταδεικνύουν τον καταχρηστικό χαρακτήρα της χρήσης τους αυτής, μεταξύ των οποίων και η σχέση μεταξύ του ύψους της προσημείωσης και της ασφαλιζόμενης απαίτησης και η μακροχρόνια χρήση του μέσου των προσημειώσεων. Σημειώνεται ότι στην ίδια διαπίστωση συντείνουν και τα αποτελέσματα της επεξεργασίας των στοιχείων που η ίδια η ΑΖ υπέβαλε[1653] στα οποία περιλαμβάνονται η […]. Από την ανάλυση των σχετικών στοιχείων δεν προκύπτει ο ισχυρισμός της καθ' ης ότι το ποσό της προσημείωσης είναι *«[...]»* αλλά ομοίως με τα αντίστοιχα ευρήματα της Εισήγησης[1654] διαφαίνεται και πάλι μία ευρεία διαφοροποίηση ανά πελάτη ως προς τη σχέση της αξίας της προσημείωσης, […]. Ακολούθως παρατίθεται οι σχετικές διαφοροποιημένες ποσοστιαίες αναλογίες που προέκυψαν από τα υποβληθέντα στοιχεία για τις περιπτώσεις […].

ΠΙΝΑΚΑΣ 8

[…]

1455 Η όποια επίκληση του συναινετικού τους χαρακτήρα δεν κρίνεται πειστική, δεδομένων όλων των ανωτέρω και της παντελούς απουσίας διαπραγματευτικής ισχύος των πελατών έναντι της δεσπόζουσας προμηθεύτριας η οποία συνιστά κατά τα ανωτέρω αναγκαίο εμπορικό εταίρο. Η δε χρήση των εν λόγω προσημείωσεων ως μέσου άσκησης πίεσης επιτείνεται εκ της διακριτικής μεταχείρισης που μπορεί να δημιουργήσει η απειλή εμφάνισης ή μη της οφειλής.

1456 Επιπλέον, σημειώνεται, ως προς την αποδεικτική αξία του επικαλούμενου από την ΑΖ […], ότι πρόκειται για […], ενώ η ΑΖ δεν προσκόμισε […]. Συνεπώς, βάσει των ανωτέρω, κατά την κρίση της Επιτροπής, η ΑΖ προέβη σε καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης της μέσω της ως άνω χρήσης των προσημειώσεων χωρίς αντικειμενική δικαιολόγηση.

1457 Τέλος, σε σχέση με τον ισχυρισμό της καθ' ης για την ανάγκη απόδειξης πραγματικών ή υπολογίσιμων αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων εκ των ανωτέρω πρακτικών, πέραν των όσων προεκτέθηκαν, επισημαίνονται επιπροσθέτως τα ακόλουθα. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεσμεύεται να εφαρμόζει τις εθνικές και ενωσιακές διατάξεις για την προστασία του ανταγωνισμού, όπως αυτές έχουν ερμηνευτεί από τα εθνικά και ευρωπαϊκά δικαστήρια. Η δε πρακτική της ακολουθεί την αντίστοιχη πρακτική των Αρχών Ανταγωνισμού εντός του Ευρωπαϊκού Δικτύου, συμπεριλαμβανομένης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (η οποία και ενημερώθηκε για την κρινόμενη υπόθεση κατά τα προβλεπόμενα στο άρθρο 11 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003). Εξάλλου, σε αντίθεση με τα διαλαμβανόμενα στα υπομνήματα της ΑΖ, η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν υπέχει καμία υποχρέωση να αποδείξει πραγματικά ή υπολογίσιμα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα για τη στοιχειοθέτηση της εξεταζόμενης παράβασης. Εν προκειμένω, καταδείχθηκε σαφώς, κατά την άποψη της Επιτροπής, με βάση τα προεκτεθέντα στοιχεία, ότι οι εξεταζόμενες εκπτώσεις τείνουν στο περιορισμό του ανταγωνισμού κατά την έννοια των άρθρων 2 του ν. 703/1977, ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ. Επισημαίνεται, σε κάθε περίπτωση, ότι οι ανταγωνιστές της ΑΖ δεν μπορούν να θεωρηθούν ότι είναι σε θέση να παράσχουν αντίστοιχα οικονομικά και άλλα πλεονεκτήματα στους χονδρεμπόρους, όπως αβασίμως υπολαμβάνει η καταγγελλόμενη. Και τούτο,

---

[1653] Βλ. σχετ. […].
[1654] Βλ. ενότητα 2.3.3. της Εισήγησης.

διότι έχουν συγκριτικά πολύ μικρότερα μερίδια αγοράς από εκείνη, μικρότερη «γκάμα» προϊόντων και επιτυγχάνουν πολύ μικρότερο ποσοστό πωλήσεων σε σύγκριση με το ποσοστό πωλήσεων που αντιπροσωπεύουν τα προϊόντα της καταγγελλόμενης επί των συνολικών πωλήσεων των χονδρεμπόρων. Επομένως, δεν ήταν σε θέση να πραγματοποιήσουν ένα ύψος εσόδων ικανό να αποτελέσει επαρκώς ευρεία οικονομική βάση για να τους επιτρέψει να θεσπίζουν αποτελεσματικά παρόμοιο σύστημα ανταμοιβών προς εκείνο της ΑΖ (προκειμένου να αντιταχθούν στο αποτέλεσμα αποκλεισμού που ασκείται εναντίον τους στην αγορά) [βλ. ενδεικτικά ΠΕΚ Τ-219/99 British Airways plc κατά Επιτροπής Συλλ. 2003 σελ. ΙΙ-5917, σκ. 276-278]. Εξάλλου, όπως προαναφέρθηκε, η φυσιογνωμία των γνωστών σημάτων της ΑΖ ως προϊόντων “must stock brand” και το γεγονός ότι η ΑΖ αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» για πολλούς πελάτες στην αγορά του ζύθου, επιτείνει την ως άνω αδυναμία των ανταγωνιστών της να την ανταγωνιστούν σε ισότιμη βάση για τη ζήτηση ενός πελάτη, καθώς και τα απορρέοντα εξ' αυτής αποτελέσματα αποκλεισμού.

Λευκές επιταγές

1458 Σε σχέση με την αιτίαση περί της πρακτικής λήψης λευκών επιταγών στο χονδρεμπορικό κανάλι διανομής ως μέσου περιορισμού του εφοδιασμού τους από ανταγωνιστές, σημειώνονται τα ακόλουθα.

1459 Σύμφωνα με τα στοιχεία του φακέλου, και ιδίως σύμφωνα με όσα προκύπτουν από καταθέσεις μαρτύρων αλλά και από επιτόπιους ελέγχους σε επιχειρήσεις που συνεργάζονται άμεσα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, απεδείχθη ότι η καθ' ης επανειλημμένα προβαίνει στη λήψη λευκών επιταγών ως μορφή εγγύησης.

1460 Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία αναγνωρίζει την παραλαβή λευκών επιταγών, υποστηρίζει όμως ότι δεν πρόκειται για γενική πολιτική της εταιρίας […][1655]. Ο […] της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ισχυρίζεται το 2008[1656] ότι: *«[…]»*.

1461 Περαιτέρω, και στο από 04.03.2014 υπόμνημά της η ΑΖ ισχυρίζεται ότι η λήψη λευκών επιταγών γίνεται κατ' εξαίρεση και μόνον στις περιπτώσεις κατά τις οποίες:

[…].

1462 Κατά την ΑΖ η χρήση των λευκών επιταγών λειτουργεί πρωτίστως ως μέσο εξασφάλισης […] και ουδέν κίνητρο γεννάται εξ αυτών για πρόσθετες ή/και μελλοντικές αγορές, ενώ οι πελάτες έχουν σε κάθε περίπτωση υποχρέωση να καταβάλουν το αντίτιμο της αγοράς τους […].

1463 Όπως δε επισημαίνει η καθ'ης, οι λευκές επιταγές (όπως και οι συμπληρωμένες) είναι ελευθέρως ανακλητές, εάν δε ανακληθούν προ της εμφάνισής τους δεν σφραγίζονται καν, οπότε δεν δημιουργείται ουδεμία «πίεση» στον χονδρέμπορο εξαιτίας της παράδοσης λευκής επιταγής. Επιπλέον εάν οι λευκές επιταγές συμπληρωθούν παρά την έλλειψη σχετική συμφωνίας ή κατά παράβαση αυτής, γεννώνται ποινικές ευθύνες στο πρόσωπο του κομιστή. Σε κάθε περίπτωση το αυξημένο κόστος που συνεπάγεται

[1655] Ερωτηματολόγιο ΕΑ που απαντήθηκε στις 21/7/2008 από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία (εντολή με αρ. πρωτ. 4808/18.7.08). Πιο συγκεκριμένα, διευκρινίζεται ότι: […].

[1656] Πρόκειται για απαντήσεις που δόθηκαν στις 21.07.2008 σε υποβληθέν ερωτηματολόγιο στο πλαίσιο επιτόπιου ελέγχου της Ε.Α. (με βάση την υπ' αριθ. 4808/18.07.08 εντολή ελέγχου).

η εκκίνηση συναφών δικαστικών αγωγών και η διαδικασία αναγκαστικής εκτέλεσης επιταγών λειτουργεί αποτρεπτικά ως προς τη συμπλήρωση και εμφάνιση λευκών επιταγών. Εξάλλου, κατά την ΑΖ δεν είναι προς το συμφέρον της εταιρίας να εμφανίζει και να σφραγίζει τις λευκές επιταγές των χονδρεμπορικών επιχειρήσεων, καθώς η μείωση της πιστοληπτικής ικανότητας που θα επέλθει μέσω της εγγραφής στο σύστημα του Τειρεσία καθιστά ακόμη δυσκολότερη και αμφίβολη την αποπληρωμή των οφειλών τους έναντι της ΑΖ.

1464 Στα ανωτέρω, σε συνδυασμό με το γεγονός ότι […][1657][…] ερείδει η ΑΖ τον ισχυρισμό της περί της απουσίας οποιαδήποτε πρακτικής λήψης λευκών επιταγών ως μέσο πίεσης για αποκλειστικότητα ή για περιορισμό διακίνησης ανταγωνιστικών της σημάτων.

1465 Από τα στοιχεία του φακέλου σχετικά με τη λήψη λευκών επιταγών από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία τα οποία συλλέχθηκαν στο πλαίσιο της έρευνας της Ε.Α., προκύπτει ωστόσο ότι δεν επρόκειτο περί εξαιρετικής πολιτικής της εταιρίας και ότι η πολιτική αυτή δεν εφαρμοζόταν (έστω κυρίως) κατ' αίτηση του πελάτη.

1466 Παρ' όλα αυτά, σε σχέση με την αιτίαση περί της πρακτικής λήψης λευκών επιταγών στο κανάλι διανομής των χονδρεμπόρων ως μέσου περιορισμού του εφοδιασμού τους από ανταγωνιστές, κατά τη γνώμη της πλειοψηφίας, παρότι οι λευκές επιταγές μπορεί να χρησιμοποιούνται από δεσπόζουσες επιχειρήσεις για σκοπούς νόθευσης του ανταγωνισμού, κατά τρόπο διακριτικό και καταχρηστικό, και παρότι υπάρχουν σχετικές ενδείξεις εν προκειμένω, η καταχρηστικότητα της χρησιμοποίησής τους και δη η χρήση τους για σκοπούς αποκλεισμού των ανταγωνιστών / διασφάλισης της αποκλειστικότητας δεν αποδεικνύεται επαρκώς κατά νόμο. Σε κάθε περίπτωση, η περαιτέρω εξέταση του ζητήματος παρέλκει, δεδομένων των έτερων επάλληλων καταχρηστικών πρακτικών που αποδεικνύονται στο χονδρεμπορικό κανάλι κατά τα αναλυτικώς εκτιθέμενα στην απόφαση.

1467 Δύο μέλη της Επιτροπής, ο Πρόεδρος Δημήτριος Κυριτσάκης και ο Νίκος Νικολαΐδης, εξέφρασαν διαφορετική άποψη και δη ότι βάσει των σχετικών στοιχείων τεκμηριώνεται και εξ αυτής της πρακτικής παράβαση.

1468 Συγκεκριμένα, κατά την άποψή τους αποδείχτηκε ότι σύμφωνα με τα στοιχεία που προκύπτουν από καταθέσεις μαρτύρων αλλά και από επιτόπιους ελέγχους σε επιχειρήσεις που συνεργάζονται άμεσα με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, η καθ' ης επανειλημμένα προβαίνει στη λήψη λευκών επιταγών ως μορφή εγγύησης. Η κατοχή λευκής επιταγής, η οποία φέρει την υπογραφή του εκδότη και έχει κενό το ποσό ή / και την ημερομηνία, δίνει τη δυνατότητα στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία να συμπληρώσει η ίδια το ποσό και να την εξαργυρώσει, όποτε κρίνει σκόπιμο (ανάλογα με το ποιο στοιχείο λείπει), άρα, με τον τρόπο αυτό, η καθ' ης μπορεί να ασκήσει έλεγχο και πίεση στους πελάτες της.

1469 Κατά τη γνώμη των δύο μελών, η πρακτική χορήγησης λευκών – ατελών επιταγών εκ μέρους της καθ' ης χρησιμοποιήθηκε από αυτή για σκοπούς νόθευσης του ανταγωνισμού, κατά τρόπο διακριτικό και καταχρηστικό, και συγκεκριμένα για τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών της. Ειδικότερα:

1470 Κατά τη γνώμη της μειοψηφίας, η πρακτική λήψης λευκών επιταγών, η οποία εν πολλοίς δεν

[1657] […].

αναφέρεται καν σε περιπτώσεις αφερέγγυων πελατών, περιορίζει τις επιλογές εκάστου πελάτη της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, καθώς ο αγοραστής ανά πάσα στιγμή κινδυνεύει να εξοφληθεί η επιταγή του (να εμφανισθεί η επιταγή του προς πληρωμή), χωρίς μάλιστα να γνωρίζει ακριβώς πότε και για ποιο ποσό, και με όλες τις δυσμενείς συνέπειες (κυρίως ποινικές κυρώσεις –λ.χ. αδίκημα έκδοσης ακάλυπτης επιταγής-) που η πιθανή σφράγιση των επιταγών αυτών επιφέρει. Αλλά και σφράγιση των επιταγών να μην επέλθει, η μείωση του τραπεζικού του υπολοίπου σε χρόνο και για ποσό το οποίο δεν γνωρίζει εκ των προτέρων μπορεί να αποβεί καταστροφική σε σχέση με την εκπλήρωση άλλων οικονομικών υποχρεώσεών του. Η λευκή επιταγή θέτει στην ευχέρεια του προμηθευτή (της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας), την αξιολόγηση της συνεργασίας της με τον εκάστοτε χονδρέμπορο και της δίνει τη δυνατότητα να ασκεί πίεση. Εξ αυτού οι πελάτες – χονδρέμποροι αναγκάζονται να διακρατούν μεγάλα χρηματικά ποσά διαθέσιμα για μεγάλες και όχι εκ των προτέρων γνωστές σε αυτούς περιόδους, με αποτέλεσμα στην πράξη να μην μπορούν να διαθέσουν αυτά τα ποσά για άλλες αγορές και δη από ανταγωνιστικούς προμηθευτές. Στο ίδιο αποτέλεσμα καταλήγουν και οι μεταχρονολογημένες επιταγές. Όπως επισημαίνεται από την ανταγωνίστρια της καθ' ης, Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης[1658] «*Δ) […](στην επιμονή μας να πάρει και από εμάς λέγανε: περίμενε να πουλήσω αυτά, να τα κάνω χρήμα για να τα πληρώσω, οι μέρες περνάνε και οι επιταγές πρέπει να πληρωθούν, άσε που φοβάμαι μη μου λήξουν στην αποθήκη και πάθουμε και ζημιά, ξέρεις επιστροφές δεν παίρνουν)*». Στην πράξη ο πελάτης που έχει παραδώσει λευκές επιταγές στο δεσπόζοντα προμηθευτή, θα έχει εξ αυτού περαιτέρω αντικίνητρο να μειώσει τις ποσότητες που αγοράζει από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, επειδή για παράδειγμα αποφάσισε να εισαγάγει νέο προμηθευτή ή να ενισχύσει τη συνεργασία του με ήδη υπάρχοντα προμηθευτή. Τουναντίον θα είναι σε μία συνεχή προσπάθεια, αν όχι να αυξάνει, τουλάχιστον να διατηρεί το ύψος πωλήσεων προϊόντων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας για να αποφύγει το ενδεχόμενο ακάλυπτων επιταγών. Συνεπώς, κατά τη γνώμη της μειοψηφίας, στοιχειοθετείται επαρκώς ότι η πρακτική των «λευκών επιταγών» την οποία συστηματικά ακολουθούσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία περιορίζει τις επιλογές των πελατών της χονδρεμπόρων και τη δυνατότητα εφοδιασμού από εναλλακτικές πηγές.

1471 Σε κάθε περίπτωση, κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής, αποδεικνύεται πλήρως η παράβαση των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ από την καθ' ης και στο επίπεδο του χονδρεμπορίου, βάσει των επάλληλων καταχρηστικών πρακτικών που αποδεικνύονται κατά τα αναλυτικώς εκτιθέμενα στην απόφαση (πλην της πρακτικής λήψης λευκών επιταγών ως προς τις οποίες κατά πλειοψηφία κρίθηκε ότι η χρήση τους για σκοπούς αποκλεισμού των ανταγωνιστών δεν αποδεικνύεται επαρκώς κατά νόμο). Συνεπώς, διαπιστώνονται συνολικά οι κατά τα ανωτέρω αποδειχθείσες καταχρηστικές πρακτικές της ΑΖ στο επίπεδο του χονδρεμπορίου, ως ενός εκ των πυλώνων της ενιαίας και διαρκούς παράβασης των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ από την καθ' ης.

ΤΕΛΙΚΕΣ ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ

1472 Σύμφωνα με όσα εξετέθησαν, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία προβαίνει σε σύνθετη εμπορική πολιτική με

[1658] Βλ. σχετικά το υπ' αριθ. πρωτ. 2960/5.4.2013 συμπληρωματικό υπόμνημα της Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης.

στόχο τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Οι δε πρακτικές της οδηγούν σε δυσμενείς διακρίσεις ιδίως μεταξύ των αποκλειστικών / οιονεί αποκλειστικών και των ανεξάρτητων πελατών όλων των βαθμίδων, γεγονός που έχει ως αποτέλεσμα την περιέλευση σε δυσμενή θέση στον ανταγωνισμό τόσο των ανταγωνιστικών προμηθευτών όσο και των μη αποκλειστικών πελατών. Μέσω της σύναψης συμφωνιών και επιβολής όρων επάλληλης αποκλειστικότητας σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής πώλησης, αλλά και μέσω των άλλων αντιανταγωνιστικών πρακτικών της ΑΖ που δεν μπορούν να αιτιολογηθούν αντικειμενικά, η καθ' ης δημιουργεί στην πράξη εμπόδια για την επέκταση και ανάπτυξη των υφιστάμενων ανταγωνιστών ή/και την είσοδο δυνητικών ανταγωνιστών. Οι εκπτώσεις και οι πληρωμές και άλλες παροχές υπό όρους αποκλειστικότητας / οιονεί αποκλειστικότητας εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατέστησαν πολλούς χονδρεμπόρους και πολλά τελικά σημεία, πιστούς πελάτες της δεσπόζουσας επιχείρησης, τα δε αποτελέσματα των πρακτικών είναι συμπληρωματικά μεταξύ τους κατά το ότι ελάττωσαν σημαντικά την ικανότητα των ανταγωνιστών να ασκήσουν πίεση με βάση τα προτερήματα των δικών τους προϊόντων. Τα παρεμποδιστικά και εν γένει αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα επιτείνονται από τη μεγάλη διάρκεια και αδιάλειπτη, διαδοχική εφαρμογή των σχετικών όρων αποκλειστικότητας και την εν γένει μακροχρόνια υλοποίηση των αντιανταγωνιστικών πρακτικών.

1473 Οι προεκτεθείσες πρακτικές αποκλεισμού στις οποίες προβαίνει η καθ' ης δημιουργούν ισχυρό αποτέλεσμα αποκλεισμού, έχουν ως άμεσες συνέπειες τη νόθευση και την αντιανταγωνιστική υπονόμευση της δομής της αγοράς (κατάλυση ανταγωνιστικής δομής της αγοράς, παγίωση και προώθηση της δεσπόζουσας θέσης της καθ' ης μέσω πρακτικών αποκλεισμού των ανταγωνιστών που ενέχει σοβαρούς κινδύνους και απαγορεύεται εφόσον δεν προέρχεται από υπέρτερη απόδοση της καθ' ης) και τη μείωση, ιδίως μέσω του ελέγχου των διαύλων διάθεσης, της δυνατότητας των καταναλωτών να επιλέγουν το προϊόν της προτιμήσεώς τους και να έχουν πρόσβαση σε ανταγωνιστικά προϊόντα (ενδεχομένως καλύτερα σε τιμή / ποιότητα), τόσο στο παρόν όσο και μελλοντικά (μέσω της υπονόμευσης του δυνητικού ανταγωνισμού).

1474 Επισημαίνεται, εκ περισσού, ότι σε κάθε περίπτωση οι ανταγωνιστές της ΑΖ δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι σε θέση να παράσχουν αντίστοιχα οικονομικά και άλλα πλεονεκτήματα στους χονδρεμπόρους, όπως αβασίμως υπολαμβάνει η καθ' ης. Και τούτο, διότι έχουν συγκριτικά πολύ μικρότερα μερίδια αγοράς από εκείνη, μικρότερη γκάμα προϊόντων και επιτυγχάνουν πολύ μικρότερο ποσοστό πωλήσεων σε σύγκριση με το ποσοστό πωλήσεων που αντιπροσωπεύουν τα προϊόντα της καταγγελλόμενης επί των συνολικών πωλήσεων προμηθευομένων. Πράγματι, το σύνολο των πωλήσεων προϊόντων ζύθου της ΑΖ αντιπροσώπευε σταθερά, καθ'όλη την περίοδο εφαρμογής των πρακτικών, ποσοστό πολλαπλάσιο των πωλήσεων ζύθου που πραγματοποίησε έκαστος από τους κυριότερους ανταγωνιστές της, και μεγαλύτερο του συνόλου αυτών των ίδιων των πωλήσεων. Εξάλλου, όπως προαναφέρθηκε, η φυσιογνωμία της μπίρας ΑΖ ως προϊόντος "must stock brand" και το γεγονός ότι η ΑΖ αποτελεί «αναπόφευκτο εμπορικό εταίρο» για πολλά σημεία, επιτείνει την ως άνω αδυναμία των ανταγωνιστών της να την ανταγωνιστούν σε ισότιμη βάση για τη ζήτηση ενός πελάτη, καθώς και τα απορρέοντα εξ αυτής αποτελέσματα αποκλεισμού.

1475 Η δε διακριτική μεταχείριση που επιφυλάσσει η καθ' ης έναντι κατηγοριών πελατών σε συνάρτηση με την αποδοχή της αποκλειστικότητας ή την πελατειακή τους πίστη, εν γένει, έχει δυσμενή αντίκτυπο στους εμπορικώς συναλλασσομένους: Οι διαφορετικοί συναλλακτικοί όροι και δη οι τιμολογιακοί

θίγουν βεβαίως την καταγγέλλουσα επιχείρηση και τους λοιπούς ανταγωνιστές της καθ' ης αφού δημιουργούν άμεσο κίνητρο στις χονδρεμπορικές και στις λιανεμπορικές επιχειρήσεις για τη μη αγορά ανταγωνιστικών προϊόντων και μπορούν αμέσως να προκαλέσουν τη μείωση του μεριδίου αγοράς των ανταγωνιστών, χωρίς αυτή η μείωση να μπορεί να αποδοθεί σε υπέρτερη απόδοση και αξιοκρατικό ανταγωνισμό της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Περαιτέρω όμως, θέτουν σε μειονεκτικότερη θέση και ζημιώνουν ευθέως και τους μη προτιμώμενους πελάτες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λόγω του αυξημένου κόστους / των δυσμενέστερων συναλλακτικών όρων για την προμήθεια του εν λόγω προϊόντος. Συναφώς, η προτιμησιακή αντιμετώπιση των μεν εις βάρος των δε έχει ως αναγκαία συνέπεια πέραν της αύξησης του κόστους εισόδου στην αγορά για τους -νέους- ανταγωνιστές, δυσμενέστερους όρους για τους μη αποκλειστικώς συναλλασσόμενους με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Αντίστοιχα ισχύουν τόσο ως προς τους χονδρέμπορους όσο και ως προς τα τελικά σημεία. Σημειώνεται ότι η επιβολή όρου αποκλειστικότητας ή οιονεί αποκλειστικότητας ή επαύξησης πίστεως στο χονδρέμπορο τείνει να προκαλέσει τη μετακύλιση της αποκλειστικότητας στο επίπεδο της λιανικής πώλησης.

1476 Οι σχετικές πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας έχουν συνεπώς ως άμεσο αποτέλεσμα τη ζημία αυτής της κατηγορίας των χονδρεμπόρων και των λιανεμπόρων και τον περαιτέρω αποκλεισμό της αγοράς. Για τους λόγους, δε, που προαναφέρθηκαν και ιδίως της διασποράς της ισχύος των πελατών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αυτοί δεν διαθέτουν διαπραγματευτική (αντισταθμιστική) ισχύ, ούτως ώστε να μπορέσουν να αντισταθούν στις πιέσεις της καθ' ης.

1477 Η ζημία των ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, πραγματικών και δυνητικών, από τις ως άνω μονομερείς πρακτικές της εν λόγω επιχείρησης που έχει εδραιωμένη δεσπόζουσα θέση συνίσταται ιδίως στο σωρευτικό και εκθετικό αποτέλεσμα απομόνωσης και αποκλεισμού τους από τους διαύλους διανομής και διάθεσης καθώς και εν τέλει από τους πελάτες και τους καταναλωτές. Όπως άλλωστε προαναφέρθηκε, ο αριθμός των αντιανταγωνιστικών ρητρών και πρακτικών που έχει επιβάλει η ΑΖ είναι σημαντικός και εκτείνεται στο χρόνο, ενώ επίσης η σημασία των επηρεαζόμενων από τις πρακτικές σημείων είναι μεγάλη και δεν υφίσταται δυνατότητα δημιουργίας νέων αντιστοίχων δικτύων διανομής, επομένως η καταχρηστική στρατηγική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας οδηγεί στη δημιουργία και σημαντικού σωρευτικού αποτελέσματος στεγανοποίησης της αγοράς και αποκλεισμού των ανταγωνιστών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Επιπροσθέτως, εκπέμπεται σαφές μήνυμα στην αγορά και τους πραγματικούς και δυνητικούς ανταγωνιστές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας περί του ότι η προσπάθεια εισόδου σε αυτή είναι σοβαρά επιβαρυμένη από τις πρακτικές της δεσπόζουσας επιχείρησης, με αποτέλεσμα την περαιτέρω διάβρωση της δομής της αγοράς. Η εδώ εκτιθέμενη υπονόμευση της ανταγωνιστικής διαδικασίας από τη δεσπόζουσα επιχείρηση επιφέρει ή επιτείνει τη βλάβη στον καταναλωτή ιδίως σε όρους ελευθερίας επιλογής, τιμών και ποικιλίας.

1478 Οι διαφορετικές ως άνω εμπορικές πολιτικές και πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, παρότι λαμβάνουν διαφορετικές μορφές, όπως η σύναψη και επιβολή συμφωνιών αποκλειστικότητας και άλλες επάλληλες πρακτικές εκπτώσεων και παροχών/κινήτρων αναγόμενες σε πρακτικές αποκλεισμού (κατά τα ανωτέρω αναλυτικώς εκτεθέντα), σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής πώλησης, και υλοποιούνται με διαφορετική ένταση και για μικρότερα ή μεγαλύτερα χρονικά διαστήματα έκαστη, πρέπει να ιδωθούν υπό το πρίσμα της γενικότερης στρατηγικής της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας η οποία δημιουργεί εμπόδια για την επέκταση των υφιστάμενων ανταγωνιστών ή/και την είσοδο δυνητικών ανταγωνιστών. Οι

προεκτεθείσες πρακτικές χαρακτηρίζονται από χρονική αλληλουχία, καλύπτουν μεγάλο αριθμό πελατών στην αγορά επιτόπιας και μελλοντικής κατανάλωσης σε όλη την επικράτεια, επιδιώκουν ή έχουν το αποτέλεσμα αντιανταγωνιστικού αποκλεισμού των ανταγωνιστικών προμηθευτών και αποτυπώνουν ένα κοινό σχέδιο - εκφράζουν μια ενιαία στρατηγική της καθ' ης. Εξετάζοντας τη δομή και τη θέση της εμπλεκόμενης επιχείρησης, στην προκείμενη υπόθεση, προκύπτει συνεπώς ότι η οικονομική της ισχύς της επέτρεψε να υιοθετήσει μια συνολική και πολυδιάστατη στρατηγική με την οποία υπονομεύει την είσοδο νέων και την ανάπτυξη υφιστάμενων ανταγωνιστών στο σύνολο της σχετικής αγοράς.

1479 Οι πρακτικές που αναλύθηκαν ανωτέρω, οι οποίες καταλαμβάνουν όλους σχεδόν τους διαύλους διανομής των σχετικών προϊόντων, δημιουργούν ένα πλέγμα συμβατικών υποχρεώσεων και οικονομικών κινήτρων οι οποίες, επί της ουσίας και εν τοις πράγμασι, είτε αυτοτελώς κρινόμενες, είτε συνολικά, κατατείνουν στην αποκλειστικότητα του σημείου πώλησης, στην παγίωση σημαντικού τμήματος της ζήτησης, στον αποκλεισμό των ανταγωνιστών από τα κανάλια διανομής και στον περιορισμό των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους ενώ επίσης εισάγουν διακριτική μεταχείριση πελατών χωρίς αντικειμενική δικαιολόγηση. Στοιχειοθετείται επομένως σοβαρή παράβαση των άρθρων 2 ν. 703/1977, νυν 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (και δη τόσο της περίπτωσης β'[1659] όσο και της περίπτωσης γ' του άρθρου 2 εδ. 2 αυτών).

1480 Συμπερασματικά, η Αθηναϊκή Ζυθοποιία εφάρμοσε μακροπρόθεσμη συνολική στρατηγική για να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της από τους πιο σημαντικούς διαύλους διανομής στην αγορά. Η στρατηγική στόχευε συμπληρωματικά, τόσο τα σημαντικά σημεία λιανικής πώλησης και τα key accounts (προβεβλημένες και μεγάλες αλυσίδες μαζικής εστίασης, ξενοδοχεία, κ.λπ.) όσο και χονδρεμπόρους οι οποίοι χρησιμοποιούνταν αυτοτελώς αλλά και ως μέσο επιρροής στα τελικά σημεία – πελάτες του χονδρέμπορου. Οι εν λόγω πρακτικές είχαν τη δυνατότητα και ήταν πιθανό να προξενήσουν σημαντικό αρνητικό αντίκτυπο στην αγορά συνολικά που παρέβλαπτε τους καταναλωτές, απομειώνοντας την επιλογή τους και υπονομεύοντας την ανταγωνιστική δομή και τη δυναμική της αγοράς.

1481 Βάσει όλων των ανωτέρω συγκεκριμένων και συγκλινόντων στοιχείων, δεν καταλείπεται αμφιβολία ότι στοιχειοθετείται σοβαρή παράβαση των άρθρων 2 ν. 703/1977, νυν 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.

ΕΠΙ ΤΩΝ ΕΠΙΒΑΛΛΟΜΕΝΩΝ ΚΥΡΩΣΕΩΝ - ΠΡΟΣΤΙΜΩΝ

ΓΕΝΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ - ΕΦΑΡΜΟΣΤΕΟ ΔΙΚΑΙΟ

1482 Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 1 του ν. 3959/2011 (προϊσχύσαν άρθρο 9 παρ. 1 του ν. 703/1977), εάν η

[1659] Ο νομικός χαρακτηρισμός μιας καταχρηστικής πρακτικής εξαρτάται από τα ουσιαστικά κριτήρια που λαμβάνονται συναφώς υπόψη. Όσον αφορά τα ουσιαστικά κριτήρια που εφαρμόστηκαν εν προκειμένω, από το άρθρο 2 ν. 3959, εδ. 2 περ. β' και το άρθρο 102, δεύτερο εδάφιο, στοιχείο β΄, ΣΛΕΕ προκύπτει ότι ο περιορισμός της διαθέσεως προϊόντων στην αγορά συνιστά κατάχρηση και όχι ανταγωνισμό με βάση τα προτερήματα (βλ., συναφώς, απόφαση Hoffmann-La Roche, σκέψη 71 ανωτέρω, σκέψη 91, και απόφαση του Δικαστηρίου της 3ης Ιουλίου 1991, AKZO κατά Επιτροπής, C‑62/86, Συλλογή 1991, σ. I-3359, σκέψη 70).

Επιτροπή Ανταγωνισμού μετά από σχετική έρευνα που διεξάγεται διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1 και 2 ή/και των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) μπορεί, με απόφασή της, να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις ή στις ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση. Περαιτέρω, με βάση το άρθρο 25 παρ. 2α του ν. 3959/2011, για τον καθορισμό του προστίμου λαμβάνονται υπόψη, μεταξύ άλλων, η σοβαρότητα και διάρκεια της παράβασης[1660], ενώ το επιβαλλόμενο πρόστιμο μπορεί να φθάσει μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης[1661]. Η εν λόγω διάταξη, που προβλέπει χαμηλότερο ανώτατο ύψος προστίμου σε σχέση με την προϊσχύσασα αντίστοιχη διάταξη του ν. 703/77 (προϊσχύσαν άρθρο 9 παρ. 2 του ν. 703/1977), συνιστά ευνοϊκότερη για την καταγγελλόμενη διάταξη και, ως εκ τούτου, κρίνεται εφαρμοστέα εν προκειμένω[1662]. Ανάλογες διατάξεις ισχύουν και στο ενωσιακό δίκαιο[1663].

1483 Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 12-05-2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, η Επιτροπή καθορίζει το βασικό ποσό του

[1660] Σημειωτέον ότι η εν λόγω διάταξη προβλέπει ρητώς δύο επιπλέον υπο-κριτήρια υπολογισμού του προστίμου σε σχέση με την προγενέστερη αντίστοιχη διάταξη του ν.703/77. Ωστόσο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού λάμβανε ούτως ή άλλως υπόψη της τα εν λόγω κριτήρια και υπό το καθεστώς του ν. 703/1977, βάσει της κατ' εξουσιοδότηση νόμου Ανακοίνωσής της 12.05.2006 - Κατευθυντήριες Γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων (που αντανακλά πάγια πρακτική σε ενωσιακό επίπεδο).

[1661] Βλ. σχετικά αποφάσεις ΣτΕ 1324/2013, ΣτΕ 2365/2013 επταμ., καθώς και ΣτΕ 2007/2013, σκ. 28 (όπου και παραπομπές σε αντίστοιχη ενωσιακή νομολογία): το μέγιστο του επιβαλλόμενου προστίμου, το οποίο σκοπεί όχι μόνο να κολάσει τις παράνομες πράξεις των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων, αλλά και να αποτρέψει τόσο τις εν λόγω επιχειρήσεις, όσο και άλλους επιχειρηματίες, από τη μελλοντική παράβαση των κανόνων του δικαίου του ανταγωνισμού, ορίζεται με βάση τα συνολικά ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης. Ο συνολικός αυτός κύκλος εργασιών αποτελεί ένδειξη, έστω κατά προσέγγιση και ατελή, του μεγέθους και της οικονομικής ισχύος της επιχείρησης, στοιχείων που νομίμως λαμβάνονται υπόψη για την εκτίμηση της σοβαρότητας της παράβασης. Επιπλέον, τα εν λόγω στοιχεία σχετίζονται με την ανάγκη διασφάλισης της αποτελεσματικότητας και της επαρκούς αποτρεπτικότητας του προστίμου, η οποία λαμβάνεται υπόψη για τον προσδιορισμό του ύψους αυτού.

[1662] Ο ευμενέστερος χαρακτήρας ή μη του νέου νόμου κρίνεται από τη νομολογία (ex post), όχι γενικώς, αλλά ενόψει της συγκεκριμένης περίπτωσης, δηλαδή ενόψει των συγκεκριμένων πραγματικών περιστατικών (βλ. ενδεικτικά ΕΔΔΑ, απόφαση της 17-9-2009, Scoppola κατά Ιταλίας, σκ. 109, ΕφαρμΔημΔικ 2010, τ. 1, σ. 179, με παραπομπές και στη νομολογία του ΔΕΚ, υποθ. C-387/02, 391/02 και 403/02, Berlusconi κ.α., Συλλ. 2005, σ. I-3565, σκ. 66-69· πρβλ. και ΣτΕ 2233/2009, σκ. 5 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, ιδίως ΣτΕ 886/2000, σκ. 5, καθώς και ΔιοικΕφΑθ 292/2009, σκ. 6, και αποφάσεις ΔΕΚ, υποθ. C-201/09 και C-216/09, ArcelorMittal Luxembourg SA κ. Επιτροπής (μη δημοσιευμένη ακόμα στη Συλλογή), σκ. 72, υποθ. C-189/02 P, Dansk Rørindustri κλπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σ. I-5425, σκ. 217-233, και υποθ. C-397/03 P, Archer Daniels Midland και Archer Daniels Midland Ingredients κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. I-4429, σκ. 21-26, ΣτΕ 4256/2001, 418/2005). Εν προκειμένω, συγκρίνοντας για τον υπολογισμό του προστίμου τη νεότερη διάταξη του αρ. 25 παρ. 2 (α) του Ν. 3959/2011 και την προϊσχύσασα του αρ. 9 παρ. 2 εδ. β΄ του Ν. 703/1977 διαπιστώνεται ότι η ρύθμιση του άρθρου 25 παρ. 2 (α) Ν. 3959/2011, παρότι τα κριτήρια υπολογισμού του προστίμου παραμένουν κατ' ουσίαν τα ίδια, είναι επιεικέστερη στο σύνολό της διότι το ανώτατο όριο του προστίμου μειώθηκε με τη νεότερη διάταξη από 15% που καθοριζόταν με προϊσχύσασα διάταξη σε 10% του συνολικού κύκλου εργασιών. Συνεπώς, εν προκειμένω εφαρμοστέο είναι το άρθρο 25 παρ. 2 του ν. 3959/2011 (βλ. και απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 355, καθώς και ΔΕφΑθ 869/2013, Tasty κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, σκ. 44)

[1663] Βλ. Κανονισμό (ΕΚ) 1/2003 της 16ης Δεκεμβρίου 2002, ΕΕ L 1/1 της 4.1.2003, άρθρο 5 αναφορικά με τις εξουσίες των αρχών ανταγωνισμού των κρατών-μελών για την επιβολή προστίμων, καθώς και άρθρο 23 αναφορικά με τις αντίστοιχες εξουσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

προστίμου για κάθε επιχείρηση σε συνάρτηση με τα προβλεπόμενα κάθε φορά στο νόμο κριτήρια. Εν συνεχεία, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις[1664]. Ειδικότερα, το βασικό ποσό του προστίμου προκύπτει ως εξής:

α) ορίζεται ποσοστό ύψους μέχρι 30% επί των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης από προϊόντα που αφορούν στην παράβαση με κριτήριο τη σοβαρότητα αυτής, και

β) το ποσό αυτό υπολογίζεται επί των ετήσιων ως άνω εσόδων για κάθε έτος της παράβασης[1665].

1484 Προκειμένου δε να αξιολογηθεί η σοβαρότητα μίας παράβασης, η Επιτροπή λαμβάνει, ιδίως, υπόψη της το είδος της παράβασης, τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το ειδικό βάρος της κάθε επιχείρησης στη σχετική αγορά, το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ο παραβάτης, την οικονομική δύναμη της επιχείρησης που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού στη σχετική αγορά, καθώς και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς. Ανάλογα προβλέπονται και στις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων κατ' εφαρμογή του άρθρου 23 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003 [1666]. Κατά πάγια πρακτική σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο, οι σοβαρές παραβάσεις κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης, όπως στην υπό κρίση υπόθεση, τιμωρούνται «αυστηρά και παραδειγματικά», προκειμένου να διασφαλίζεται τόσο ο κατασταλτικός, όσο και ο προληπτικός/αποτρεπτικός χαρακτήρας της κύρωσης[1667].

1485 Συναφώς, είναι επιτρεπτός ο κατ΄ αυτοδέσμευση της διοίκησης προσδιορισμός από αυτήν των κριτηρίων που σκοπεύει να εφαρμόσει στο πλαίσιο άσκησης της διακριτικής της εξουσίας. Στην Επιτροπή εναπόκειται να ακολουθήσει τη μέθοδο υπολογισμού του ύψους του προστίμου, με την οποία αυτοδεσμεύτηκε, ενώ επιτρέπεται η απόκλιση από τα ούτως τεθέντα κριτήρια, λόγω συντρεχουσών ιδιαίτερων περιστάσεων σε συγκεκριμένη περίπτωση (είτε προς αυστηρότερη κατεύθυνση, είτε προς ηπιότερη κατεύθυνση) – απόκλιση, ωστόσο, που θα πρέπει να δικαιολογείται ειδικώς[1668].

1486 Κατά την άσκηση της ανωτέρω αρμοδιότητάς της, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έχει ευρεία διακριτική ευχέρεια (εντός του κατά το νόμο ανώτατου ορίου) για τη συγκεκριμενοποίηση του εκάστοτε επιβαλλόμενου προστίμου, προκειμένου να διασφαλίζεται με επάρκεια το επιδιωκόμενο αποτρεπτικό

[1664] Βλ. ιδίως παρ. 5-6 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης.

[1665] Βλ. ιδίως παρ. 8 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης. Η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου είναι ο συνολικός κύκλος εργασιών της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση. Παρομοίως, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί ως βάση υπολογισμού την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιήθηκαν από την επιχείρηση, με τις οποίες η παράβαση σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα. Ο συνδυασμός της αξίας των πωλήσεων με τις οποίες σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα η παράβαση, καθώς και της διάρκειας της παράβασης, θεωρείται ως κατάλληλη βάση υπολογισμού για να προσδιοριστεί η οικονομική σημασία της παράβασης, καθώς και το σχετικό βάρος της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν (βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων, ό.π, παρ. 6, 13-15).

[1666] Βλ. σχετικά ΕΕ αριθ. C 210 της 1/9/2006.

[1667] Βλ. ιδίως παρ. 11 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης.

[1668] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2265/2010 σκ. 46, ΔΕφΑθ 559/2010 σκ. 26 και ΔΕφΑθ 2891/2009 σκ. 29, όπου και σχετικές παραπομπές σε ενωσιακή νομολογία.

αποτέλεσμα, εν ανάγκη κινούμενη και αυστηρότερα της προηγούμενης τυχόν πρακτικής της[1669]. Πράγματι, η αποτελεσματική εφαρμογή των ενωσιακών κανόνων ανταγωνισμού προϋποθέτει ότι η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού μπορεί οποτεδήποτε να προσαρμόζει το ύψος των προστίμων στις ανάγκες της πολιτικής αυτής[1670]. Επιπλέον, δεν υφίσταται παράβαση της αρχής της νόμιμης εμπιστοσύνης και της μη αναδρομικότητας, είτε (α) όταν η αρχή ανταγωνισμού μέσω κατευθυντήριων γραμμών αποφασίζει να κινηθεί σε αυστηρότερο σε σχέση με το παρελθόν τρόπο, είτε (β) όταν πράττει τούτο επί ατομικής βάσης (σε σύγκριση δε ατομικά προς άλλες περιπτώσεις). Οι επιχειρήσεις που εμπλέκονται σε διοικητική διαδικασία η οποία μπορεί να καταλήξει στην επιβολή προστίμου δεν μπορούν να έχουν δικαιολογημένη εμπιστοσύνη στο γεγονός ότι η Επιτροπή δεν θα υπερβεί το ύψος των προστίμων το οποίο εφάρμοζε προηγουμένως[1671]. Παρομοίως, σε κάθε περίπτωση το επιβαλλόμενο πρόστιμο έχει αποτρεπτικό χαρακτήρα και δεν συνδέεται με το ύψος του παράνομου κέρδους που αποκόμισε η επιχείρηση από την παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού, ούτε με τα καθαρά κέρδη και τις φορολογικές υποχρεώσεις των παραβατών[1672].

1487 Για τις παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ νομίμως επιβάλλεται ενιαίο πρόστιμο, αφού οι υπό κρίση συμπεριφορές αποτελούν κατ' ουσίαν την ίδια παράβαση που βασίζεται σε ίδιες προϋποθέσεις, ενώ η επιβολή κύρωσης για καθεμία από αυτές αποβλέπει στον ίδιο σκοπό[1673]. Κατά συνέπεια, στην κρινόμενη υπόθεση η Επιτροπή δύναται να επιβάλει ενιαίο πρόστιμο για τις ως άνω διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ.

ΤΟ ΒΑΣΙΚΟ ΠΟΣΟ ΤΟΥ ΠΡΟΣΤΙΜΟΥ

Η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου

1488 Όπως προαναφέρθηκε, η βάση για τον υπολογισμό του προστίμου είναι ο συνολικός κύκλος εργασιών της επιχείρησης από προϊόντα ή υπηρεσίες που αφορούν στην παράβαση. Παρομοίως, η Ευρωπαϊκή

[1669] Βλ. ιδίως παρ. 4 της προαναφερόμενης Ανακοίνωσης, το οποίο αντανακλά πάγια εθνική και ενωσιακή νομολογία. Λαμβάνεται υπόψη ότι γενικά το πρόστιμο θα πρέπει να έχει αποτρεπτικό χαρακτήρα. Θα πρέπει, με άλλα λόγια, να λειτουργεί παραδειγματικά έναντι των επιχειρήσεων ή των φυσικών εκείνων προσώπων που μελλοντικά θα επιχειρήσουν να υιοθετήσουν παρόμοια συμπεριφορά. Σχετικά με την αρχή της πρόληψης και τον αποτρεπτικό χαρακτήρα του επιβαλλόμενου προστίμου, βλ. ιδίως αποφάσεις ΣτΕ 1324/2013, ΣτΕ 2007/2013 και ΣτΕ 2365/2013 επταμ. Βλ. επίσης ενδεικτικά ΔΕφΑθ 559/2010 σκ. 26, όπου και σχετικές παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία – ειδικότερα απόφαση ΔΕΚ C-189/02P, C-202/02P, C-205/08P έως C-208/02P, Dansk Rörindustri κ.αλ., ό.π. σκ. 202, 216-219, 222-224 και 227-231, απόφαση ΔΕΚ υπόθ. 41/69 ACF Chemiefarma κατά Επιτροπής, σκ. 173-175, και ΠΕΚ T-329/01 Archer Daniels Midland κατά Επιτροπής, σκ. 141.

[1670] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΠΕΚ T-224/00 Archer Daniels Midland κατά Επιτροπής, σκ. 56 (όπου και παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία).

[1671] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 559/2010 σκ. 26, όπου και σχετικές παραπομπές σε πάγια ενωσιακή νομολογία – ειδικότερα απόφαση ΔΕΚ C-189/02P, C-202/02P, C-205/08P έως C-208/02P, Dansk Rörindustri κ.α., ό.π. σκ. 202, 216-219, 222-224 και 227-231. Βλ. σχετ. και ΠΕΚ Tate & Lyle κατά Επιτροπής, σκ. 146, ΠΕΚ T-109/02 Bolloré SA κατά Επιτροπής, σκ. 377, καθώς και ΠΕΚ T-38/02 Groupe Danone κατά Επιτροπής, σκ. 154 & 167 επ.

[1672] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2094/2007, σκ. 12, το οποίο αντικατροπτίζει πάγια σχετική νομολογία των ευρωπαϊκών δικαστηρίων.

[1673] Βλ. ΣτΕ 2365/2013 επταμ., καθώς και ΔΕφΑθ 2265/2010, παρ. 44 (επί της ΕΑ 520/VI/2011).

Επιτροπή χρησιμοποιεί ως βάση υπολογισμού την αξία των πωλήσεων των προϊόντων ή υπηρεσιών που πραγματοποιήθηκαν από την επιχείρηση, με τις οποίες η παράβαση σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα. Ο συνδυασμός της αξίας των πωλήσεων με τις οποίες σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα η παράβαση, καθώς και της διάρκειας της παράβασης, θεωρείται ως κατάλληλη βάση υπολογισμού για να προσδιοριστεί η οικονομική σημασία της παράβασης, καθώς και το σχετικό βάρος της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν[1674]. Σύμφωνα και με την ερμηνευτική ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 17ης Ιουλίου 2009 αναφορικά με το εύρος των ακαθαρίστων εσόδων που χρησιμοποιούνται ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου, λαμβάνεται κάθε φορά υπόψη το σύνολο των ακαθαρίστων εσόδων της επιχείρησης στη σχετική (-ές) αγορά (-ές) προϊόντων που αφορά η διαπιστωθείσα παράβαση. Και τούτο, διότι η σχετική αγορά προϊόντων αποτελεί συνήθως ασφαλές κριτήριο για τον προσδιορισμό της αξίας πωλήσεων των προϊόντων που επηρεάζονται άμεσα ή έμμεσα από την παράβαση, ενώ παράλληλα διασφαλίζεται με τον τρόπο αυτό και ο επιδιωκόμενος αποτρεπτικός χαρακτήρας του προστίμου[1675]. Πολύ περισσότερο, όταν οι κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό του προστίμου δεν προβλέπουν ειδική προσαύξηση προκειμένου να διασφαλίζεται επαρκώς το αποτρεπτικό αποτέλεσμα του προστίμου στην περίπτωση επιχειρήσεων με ιδιαίτερα μεγάλο κύκλο εργασιών (ενώ οι αντίστοιχες κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προβλέπουν ειδικώς τη δυνατότητα τέτοιας προσαύξησης).

1489 Εν προκειμένω, οι ως άνω περιγραφόμενες παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ επηρεάζουν, άμεσα ή έμμεσα, την παραγωγή και εμπορία προϊόντων ζύθου, η οποία εκτείνεται – από γεωγραφική άποψη – σε όλη την ελληνική επικράτεια. Επομένως, ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου στην υπό κρίση υπόθεση λαμβάνεται η συνολική αξία πωλήσεων προϊόντων ζύθου που πραγματοποίησε η καταγγελλόμενη κατά την επίμαχη περίοδο (κατά τρόπο ενιαίο και ανεξαρτήτως του τρόπου διάθεσής τους ανά επίπεδο εμπορίου ή κανάλι διανομής). Κατά την κρίση των μελών της Επιτροπής, ο εν λόγω προσδιορισμός της βάσης του προστίμου είναι κατάλληλος και αναγκαίος ενόψει και των αρχών της αναλογικότητας, της αποτελεσματικότητας και της επαρκούς αποτρεπτικότητας του προστίμου. Περαιτέρω, και δεδομένων της φύσης και της εμβέλειας της διαπιστωθείσας κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης (βλ. ανωτέρω και ενότητα 5.2.2 κατωτέρω), δεν συντρέχει καμία ειδική περίσταση για τον περιορισμό της βάσης του προστίμου ανά κατηγορία προϊόντων ή χρονική περίοδο, απορριπτέων ως αβάσιμων των σχετικών ισχυρισμών που προβάλλει η ΑΖ στο από 04.03.2014 υπόμνημά της[1676].

1490 Ενόψει των ανωτέρω, ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου στην κρινόμενη υπόθεση λαμβάνεται η ακόλουθη συνολική αξία πωλήσεων ανά έτος:

Κύκλος εργασιών (€)

[1674] Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων, οπ.π, παρ. 6, 13-15.

[1675] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 2094/2007, σκ. 12 (η οποία αντικατοπτρίζει πάγια ενωσιακή νομολογία). Γενικά όσον αφορά στο κριτήριο του κύκλου εργασιών μιας επιχείρησης ως βάσης για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου: βλ. επίσης απόφαση ΣτΕ 2007/2013, σκ. 28, καθώς και ΠΕΚ Τ-73/04 Le Carbone-Lorraine κατά Επιτροπής, σκ. 114.

[1676] Βλ. από 04.03.2014 Υπόμνημα της ΑΖ, σελ. 250-252.

ως βάση υπολογισμού του προστίμου

Έτος	Αξία Πωλήσεων (€)
1998[1677]	[…]
1999[1678]	[…]
2000[1679]	[…]
2001	[…]
2002	[…]
2003	[…]
2004	[…]
2005	[…]
2006	[…]
2007	[…]
2008	[…]
2009	[…]
2010	[…]
2011	[…]
2012	[…]
2013	[…]
2014[1680]	[…]

Πηγή: ΑΖ (για τα έτη 1998-2000 και 2014 αναγωγές με βάση πρωτογενή στοιχεία της ΑΖ)

[1677] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]) και γίνεται αναγωγή στο τελευταίο τετράμηνο του 1998.

[1678] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]), για λόγους επιείκειας.

[1679] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]), για λόγους επιείκειας.

[1680] Αφορά στην περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2014 με βάση, λόγω έλλειψης στοιχείων, το μικρότερο, για λόγους επιείκειας, ετήσιο κύκλο εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]).

Κριτήρια για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου

1491 Όπως προαναφέρθηκε, για τον καθορισμό του προστίμου λαμβάνονται υπόψη, μεταξύ άλλων, η σοβαρότητα και διάρκεια της παράβασης. Προκειμένου να αξιολογηθεί η σοβαρότητα μίας παράβασης, η Επιτροπή λαμβάνει υπόψη της ιδίως το είδος της παράβασης, τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το ειδικό βάρος της κάθε επιχείρησης στην παράβαση, το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ή επεδίωξε να αποκομίσει ο παραβάτης, την οικονομική δύναμη της επιχείρησης που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού στη σχετική αγορά και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς[1681]. Εν προκειμένω, διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

Φύση της διαπιστωθείσας παράβασης

1492 Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, μέσω των προαναφερόμενων πρακτικών σε επίπεδο χονδρικής και λιανικής, συνιστά σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού (άρθρα 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ). Θα πρέπει, επίσης, να συνεκτιμηθεί ότι πρόκειται για πολλαπλές πρακτικές μίας δεσπόζουσας επιχείρησης, με ποικίλες μορφές (μεταξύ των οποίων και επιβολή αποκλειστικότητας), μεγάλη διάρκεια και εφαρμογή σε διάφορα επίπεδα του εμπορίου και διαφορετικές κατηγορίες πελατών. Η χρονική σύμπτωση, η εμβέλεια και η συμπληρωματικότητα των πρακτικών αυτών, καθώς και η κοινή τους στόχευση είναι στοιχεία που διαγράφουν μια ενιαία, μακρόχρονη στρατηγική της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στην αγορά. Η επιδίωξη αύξησης ή διατήρησης των κερδών της επιχείρησης μέσα από μονομερείς καταχρηστικές πρακτικές, έθεσε σε κίνδυνο τη δομή του ανταγωνισμού και έβλαψε εντέλει τους καταναλωτές. Κατά την κρίση της Επιτροπής, οι συγκεκριμένες καταχρηστικές πρακτικές στις οποίες προέβη η καθ’ ης συνιστούν πρόδηλο είδος παράβασης των άρθρων 2 ν. 703/1977, 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ και κατατάσσονται στους ιδιαίτερα επιζήμιους περιορισμούς του ανταγωνισμού.

Αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά

1493 Οι προαναφερόμενες παραβατικές πρακτικές είχαν επιζήμιες επιπτώσεις στον ανταγωνισμό, καθόσον κατέτειναν στη διατήρηση και ενίσχυση της δεσπόζουσας θέσης της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στη σχετική αγορά, κατ’ αποκλεισμό των ανταγωνιστών της και παρεμπόδισης ή/και περιορισμού των δυνατοτήτων ανάπτυξής τους. Δεδομένου δε ότι εφαρμόστηκαν στην πράξη επί σειρά ετών, και σε πολλαπλά επίπεδα / διαύλους διάθεσης των προϊόντων, εκτιμάται ότι είχαν σημαντικό πραγματικό αντίκτυπο στην αγορά[1682]. Είχαν, επίσης, πολύ σημαντικό εγγενές δυνητικά περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα, κατά τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό.

Η οικονομική δύναμη των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος

1494 Η καταγγελλόμενη εταιρία είναι οικονομικά εύρωστη, με ιδιαίτερα υψηλά μερίδια αγοράς και σημαντική δεσπόζουσα θέση (όπως αναλυτικά περιγράφεται στο ως άνω σκεπτικό), ενώ λαμβάνεται

[1681] Παρ. 10-11 της ως άνω Ανακοίνωσης της ΕΑ, και αναλ. αντίστοιχες προβλέψεις στις κατευθυντήριες γραμμές της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την επιβολή προστίμων κατ’ εφαρμογή του άρθ. 23 του ανωτέρω Κανονισμού ΕΕ 2006 C 210/2. Βλ. επίσης σχετικά ΣτΕ 1324/2013 και ΣτΕ 2365/2013 επταμ.

[1682] Βλ. ΠΕΚ Τ-38/02 Group Danone κατά Επιτροπής Συλλογή 2005, σελ. ΙΙ-4407, σκ. 148.

υπόψη και η προεκτεθείσα, σημαντική και μακροχρόνια, υπεροχή της έναντι των ανταγωνιστών της. Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διαθέτει δε τεχνογνωσία και σημαντικά οικονομικά και νομικά μέσα που καταδεικνύουν άμεσα την οικονομική της δύναμη. Σύμφωνα με πάγια νομολογία, η δεσπόζουσα επιχείρηση φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μην βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στη σχετική αγορά.

Γεωγραφική έκταση (εμβέλεια) της παράβασης

1495 Οι αντι-ανταγωνιστικές πρακτικές αφορούν στη δραστηριότητα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε όλη την ελληνική επικράτεια.

Μέγεθος της οικείας γεωγραφικής αγοράς

1496 Όλες οι ανωτέρω παραβάσεις εκτείνονται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, ήτοι σε σημαντικό τμήμα της ευρωπαϊκής αγοράς.

Είδος συμμετοχής στην παράβαση

1497 Η καταγγελλόμενη είναι άμεσος αυτουργός της διαπιστωθείσας παράβασης καθ' όλη τη διάρκειά της.

Οικονομικό όφελος που αποκόμισε ή επεδίωξε να αποκομίσει ο παραβάτης

1498 Το οικονομικό όφελος που αποκόμισε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία από τις παραβατικές πρακτικές δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί με ακρίβεια. Επίσης, το οικονομικό όφελος που επεδίωξε να αποκομίσει η δεσπόζουσα επιχείρηση, παρότι και αυτό δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί επακριβώς, είναι οπωσδήποτε σημαντικό, και συνέχεται με τη διάρκεια και το πρόσφορο των αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών της να της αποδώσουν πολύ υψηλά οφέλη. Τούτο καταδεικνύεται, άλλωστε, και από το μέγεθος των παροχών που συχνά παρείχε ως αντάλλαγμα για την επιβολή του αντι-ανταγωνιστικού όρου (π.χ. αποκλειστικότητα). Σε κάθε περίπτωση, το επιβαλλόμενο πρόστιμο πρέπει να έχει, όπως προεκτέθηκε, και αποτρεπτικό, πέραν του κυρωτικού, χαρακτήρα[1683].

Διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης

1499 Η διαπιστωθείσα παράβαση έχει ενιαίο και διαρκή χαρακτήρα και εκτείνεται σε δεκαέξι (16) χρόνια, ήτοι από το Σεπτέμβριο 1998 έως το Σεπτέμβριο του 2014.

1500 Ειδικότερα, με βάση τα στοιχεία του φακέλου ανά καταχρηστική πρακτική, η πρώτη ως άνω διαπιστωθείσα καταχρηστική συμπεριφορά (αποκλειστικότητα και εκπτώσεις πίστης στην αγορά επιτόπιας κατανάλωσης, σε key accounts και σε άλλα τελικά σημεία) εφαρμόστηκε μεταξύ των ετών 1999-2014[1684], δηλαδή για δεκαπέντε και μισό (15,5) χρόνια, όσα χρόνια, επομένως, διαρκεί και η ισχύς

[1683] Βλ. απόφαση ΕΑ Tasty 520/VI/2011 παρ. 356, ΔΕφΑθ 2094/2007 σκ. 12. Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 2 α) ν. 3959/2011, εφόσον είναι δυνατόν να υπολογιστεί το ύψος του οικονομικού οφέλους της επιχείρησης από την παράβαση, το ύψος του επιβαλλόμενου προστίμου δεν μπορεί να είναι μικρότερο από αυτό.

[1684] Υπενθυμίζεται ότι η σύμβαση μεταξύ της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και της ανώνυμης εταιρίας με την επωνυμία «[…]» συνήφθη την […] και η ισχύς της ανέτρεχε την […]. Καθ' όλο το διάστημα έως και σήμερα εξακολουθούν εν ισχύϊ συμβάσεις και ρήτρες αποκλειστικότητας.

των σχετικών συμφωνιών και επιβολής των καταχρηστικών όρων. Η διάρκεια της τρίτης καταχρηστικής συμπεριφοράς (πρακτικές αποκλεισμού στο χονδρεμπορικό επίπεδο) ξεκινά το Σεπτέμβριο του έτους 1998[1685] και συνεχίζεται μέχρι σήμερα, καταλαμβάνοντας συνολικά χρονική περίοδο δέκαέξι (16) ετών. Η δεύτερη καταχρηστική συμπεριφορά (επιβολή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρου για επίτευξη ικανοποιητικού κατά την κρίση της μεριδίου ραφιού, με αντάλλαγμα τη χορήγηση σχετικής έκπτωσης πίστεως στα σούπερ μάρκετ) εκτείνεται σε ένα (1) έτος, δηλαδή το έτος 2000, όσο, επομένως, διήρκησε και η ισχύς των επίμαχων συμφωνητικών.

1501 Εν προκειμένω, ωστόσο, θα πρέπει να επιβληθεί ενιαίο πρόστιμο αναφορικά με τις ως άνω επιμέρους εκφάνσεις της εν λόγω παράβασης[1686]. Και τούτο, διότι κάθε επιμέρους καταχρηστική πρακτική της καταγγελλόμενης συνιστά τμήμα μιας ενιαίας παράβασης των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης). Στην κρινόμενη υπόθεση, η εμβέλεια, η χρονική αλληλουχία και η συμπληρωματικότητα των σχετικών καταχρηστικών πρακτικών, καθώς και η κοινή τους στόχευση στο πλαίσιο μιας μακρόχρονης στρατηγικής αποκλεισμού των ανταγωνιστών της καταγγελλόμενης, καταδεικνύουν με σαφήνεια τον ενιαίο χαρακτήρα τους. Για το λόγο αυτό, το ανώτατο όριο του προστίμου υπολογίζεται στην προκειμένη περίπτωση επί της ενιαίας αυτής παράβασης και για όλη τη χρονική περίοδο αυτής, και όχι για κάθε επιμέρους καταχρηστική συμπεριφορά[1687] (γεγονός που οδηγεί, εκ των πραγμάτων, και σε επιεικέστερη μεταχείριση για την καταγγελλόμενη). Περαιτέρω, δεν υποχρεούται η Επιτροπή να εξατομικεύσει κατά ποιόν τρόπο έχει λάβει υπόψη της για τον προσδιορισμό της τάξεως του μεγέθους του προστίμου καθένα από τα προσαπτόμενα στοιχεία της καταχρηστικής εκμετάλλευσης. Το ενιαίο πρόστιμο καταλαμβάνει εν γένει το σύνολο των διαπιστωθεισών παραβάσεων, οι οποίες καλύπτουν από κοινού το σύνολο της υπό κρίση περιόδου. Τούτο δε, ανεξάρτητα από το εάν η παραβατική συμπεριφορά περιλαμβάνει μόνο μία μορφή κατάχρησης ή περισσότερες μορφές.

1502 Εξάλλου, οι προεκτεθείσες πρακτικές της καταγγελλόμενης συνιστούν σειρά ενεργειών οι οποίες εντάσσονται σε «συνολικό σχέδιο», λόγω του κοινού τους σκοπού, ήτοι της νοθεύσεως του ανταγωνισμού εντός της ελληνικής επικράτειας και, κατ' επέκταση, της κοινής αγοράς. Όπως προαναφέρθηκε, παρά τον αντικειμενικό χαρακτήρα της έννοιας της κατάχρησης, στοιχεία τα οποία

[1685] Κατά το οποίο έλαβαν χώρα οι περιπτώσεις α) της […] επιχείρησης «[…]», β) της χονδρεμπορικής επιχείρησης «[…]» (Σεπτέμβριος 1998 – επ' αμφιβολία για το μήνα έναρξης των λοιπών περιστατικών, λαμβάνεται υπόψη ο Σεπτέμβριος 1998 ως ευνοϊκότερο για την καθ' ης σημείο έναρξης των παραβάσεων και άρα η περίοδος του 1998, ως μικρότερη του εξαμήνου υπολογίζεται ως μισό έτος), γ) της χονδρεμπορικής επιχείρησης ιδιοκτησίας του […].

[1686] Περί όλων αυτών βλ. Τ-203/01, ό.π., σκ. 265, 267 (και νομολογία στην οποία παραπέμπει, καθώς και 2002/405/ΕΚ, ό.π., ιδίως σκ.365), απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής 97/624/ΕΚ, ό.π., σκ. 167 και διατακτικό της απόφασης (ιδίως άρθρα 1 και 2- επιβεβαιωθείσα από Τ-228/97), Τ-155/06, ό.π., παρ. 18 (όπου παρά το ότι διαπιστώθηκε και διαφορετική χρονικά περίοδος και διαφορετικές μορφές καταχρήσεων-αποκλειστικότητες, καταχρηστικές εκπτώσεις- επιβλήθηκε ενιαίο πρόστιμο για παράβαση του άρθρου 2 για όλα τα έτη της παράβασης), ΔΕφΑθ 2116/2004, Coca Cola κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, παρ. 26, καθώς και ΕΑ (Tasty) 520/VI/2011 παρ. 396, ΔΕφΑθ 869/2013, Tasty κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, σκ. 44.

[1687] Βλ. ΣτΕ 2365/2013 επταμ. καθώς και ενδεικτικά ΔΕφΑθ 869/2013, Tasty κατά Επιτροπής Ανταγωνισμού, σκ. 44 και ΕΑ (Tasty) 520/VI/2011 παρ. 396 (με παραπομπές σε ΓενΔΕΕ Τ-25/05 ΚΜΕ κατά Επιτροπής Συλλ. 2010, σ. ΙΙ-91, σκ. 172, ΓενΔΕΕ Τ-68/04 SGL Carbon AG κατά Επιτροπής Συλλ. 2008, σ. ΙΙ-2511, σκ. 126-134 και ΓενΔΕΕ Τ-71/03 Tokai Carbon κατά Επιτροπής Συλλ. 2005, σ. ΙΙ-10, σκ. 117-118 & 377).

καταδεικνύουν την πρόθεση της δεσπόζουσας επιχείρησης να αποκλείσει τους ανταγωνιστές της (όπως, όλως ενδεικτικά, η συμπληρωματικότητα των πρακτικών, έγγραφα εσωτερικά στοιχεία της δεσπόζουσας επιχείρησης που αποτυπώνουν την εν λόγω πρόθεση, οι κεντρικές στρατηγικές […] και η παρακολούθηση της εφαρμογής τους) λαμβάνονται υπόψη ως άμεσα αποδεικτικά στοιχεία κατά την ερμηνεία των εμπορικών πρακτικών της δεσπόζουσας επιχείρησης, ώστε να διαγνωσθεί αν σχεδιάσθηκαν και υλοποιήθηκαν ως εκφάνσεις μιας ενιαίας στρατηγικής με στόχο τον αποκλεισμό των ανταγωνιστών. Τέτοιου είδους στοιχεία συμβάλλουν στην κατανόηση των υπό εξέταση συμβάντων και στην πρόβλεψη των συνεπειών τους στο επίπεδο ανταγωνισμού της υπό εξέταση κάθε φορά αγοράς[1688].

1503 Οι καταχρηστικές πρακτικές που αποδείχθηκαν, κατά τα ανωτέρω, παρουσιάζουν και σχέση συμπληρωματικότητας, υπό την έννοια ότι έκαστη εξ αυτών σκοπεί στην αντιμετώπιση των συνεπειών της κανονικής λειτουργίας του ανταγωνισμού, και δη στον αποκλεισμό, την παρεμπόδιση, και τη μη επέκταση των πραγματικών και δυνητικών ανταγωνιστών, και μάλιστα σε ό,τι αφορά πολλαπλούς διαύλους διάθεσης του προϊόντος στον καταναλωτή. Οι ενέργειες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας συντείνουν στην επίτευξη των ως άνω σκοπών που επιδιώκονται με το συνολικό αυτό σχέδιο και πρέπει να ιδωθούν, τόσο η κάθε μία μεμονωμένα όσο και η δέσμη όλων μαζί, υπό το πρίσμα της γενικότερης στρατηγικής της καταγγελλόμενης. Η εν λόγω σχέση συμπληρωματικότητας επιβεβαιώνεται από το χρονικό διάστημα εφαρμογής των ενεργειών, το προεκτεθέν περιεχόμενο και τις χρησιμοποιούμενες ως άνω μεθόδους και στόχο παροχής κινήτρων στους πελάτες για επίτευξη αποκλειστικότητας ή εκτοπισμό ανταγωνιστών[1689]. Η επί μακρόν συνεπής συμπεριφορά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αποτελεί έκφανση στρατηγικής σχεδιασθείσας κατά τα ανωτέρω σε κεντρικό επίπεδο διοίκησης. Υπό το πρίσμα αυτό, κάθε μία από τις ανωτέρω επιμέρους πρακτικές της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας συνιστά τμήμα μιας ενιαίας στρατηγικής της εταιρίας[1690].

1504 Συμπερασματικά, για όλους τους παραπάνω λόγους, η διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης εκτείνεται σε δεκαέξι (16) χρόνια, ήτοι από το Σεπτέμβριο 1998 έως το Σεπτέμβριο του 2014.

Προσδιορισμός ποσοστού 0% - 30% επί της αξίας πωλήσεων

[1688] Βλ. αποφάσεις ΠΕΚ, υπόθ. Τ-111/96 ITT Promedia NV κατά Επιτροπής Συλλ. 1989 σ. ΙΙ-2937 και υπόθ. Τ-155/06 Tomra Systems ASA, Tomra Europe AS, Tomra Systems GmbH, Tomra Systems BV, Tomra Leergutsysteme GmbH, Tomra Systems AB και Tomra Butikksystemer AS κατά Επιτροπής (Tomra), σκ. 35 και 39, και απόφαση Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Decca Navigator System EE 1989 L 43/27. Κατά την ενωσιακή νομολογία «*…εν όψει εφαρμογής του άρθρου 82 ΕΚ, η απόδειξη του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αντικειμένου και του αντίθετου προς τον ανταγωνισμό αποτελέσματος ταυτίζονται (βλ. σχετικώς την απόφαση Irish Sugar κατά Επιτροπής, […], σκέψη 170). Συγκεκριμένα, εάν αποδειχθεί ότι η συμπεριφορά επιχειρήσεως κατέχουσας δεσπόζουσα θέση έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού, η εν λόγω συμπεριφορά θα είναι επίσης ικανή να έχει ένα τέτοιο αποτέλεσμα*», βλ. απόφαση ΠΕΚ, υπόθ. Τ-203/01 Manufacture française des pneumatiques Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003 σ. ΙΙ-4071, σκ. 241.

[1689] Βλ. απόφαση ΠΕΚ στην υπόθεση Τ-321/05, AstraZeneca AB και AstraZeneca plc κατά Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σκ. 892-893 και απόφαση ΠΕΚ της 12.12.2007, Τ-101/05 και Τ-111/05, BASF και UCB κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-4949, σκ. 179 και 181.

[1690] Βλ. και απόφαση COMP/C-3/37.990 — Intel, ό.π., παρ. 1746 επ. όπου η Επιτροπή αντιμετωπίζει τις καταχρηστικές πρακτικές της Intel συγκεντρωτικά στο πλαίσιο μίας ενιαίας στρατηγικής με σωρευτικό αντι-ανταγωνιστικό αποτέλεσμα.

1505 Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων της 12-5-2006, οι οποίες αποτυπώνουν ως προς το σημείο αυτό και αντίστοιχη ενωσιακή πρακτική, στις περιπτώσεις των οριζόντιων συμπράξεων καρτελικής φύσης, καθώς και στις περιπτώσεις ορισμένων καταχρήσεων δεσπόζουσας θέσης, το ποσοστό επί των ακαθαρίστων εσόδων της επιχείρησης που αφορούν στην παράβαση ορίζεται στα ανώτερα όρια της κλίμακας 0% - 30%, προκειμένου οι εν λόγω πρακτικές να τιμωρούνται αυστηρά και παραδειγματικά[1691].

1506 Κατά την κρίση των μελών της Επιτροπής, η κρινόμενη υπόθεση εμπίπτει ευθέως στις ως άνω περιπτώσεις, καθώς αφορά σε καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης ιδιαίτερης σοβαρότητας για τους λόγους που προαναφέρθηκαν. Ενόψει τούτου, η επιβαλλόμενη κύρωση προστίμου θα πρέπει να είναι και ανάλογη της μεγάλης εμβέλειας, έντασης και διάρκειας των καταχρηστικών πρακτικών, οι οποίες αναδεικνύουν την εδραιωθείσα στους κόλπους της καταγγελλόμενης αντι-ανταγωνιστικής νοοτροπίας – απορριπτέων των ισχυρισμών της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας περί μη επιβολής προστίμου ή επιβολής μόνον συμβολικού / μειωμένου προστίμου[1692].

1507 Λαμβάνοντας συνολικά υπόψη τα προεκτεθέντα κριτήρια και στοιχεία, και ιδίως την αυξημένη σοβαρότητα και μεγάλη διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης, η Επιτροπή προσδιορίζει ως βασικό πρόστιμο για τις διαπιστωθείσες στο ως άνω σκεπτικό παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/77 και 102 ΣΛΕΕ, ποσοστό […]% επί της προαναφερόμενης βάσης αξίας πωλήσεων για την επίμαχη χρονική περίοδο 1998 έως και 2014. Ο καθορισμός του προστίμου στα προαναφερόμενα επίπεδα συνάδει με την ακολουθούμενη πρακτική σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο. Εξάλλου, όχι μόνο δεν υφίσταται εν προκειμένω λόγος απόκλισης, αλλά η ιδιαίτερη σοβαρότητα, ένταση, εμβέλεια και διάρκεια των πρακτικών και μεθόδων που μετήλθε η καταγγελλόμενη επιβάλλουν την ανάλογη και από πλευράς προστίμου αντιμετώπισή της.

1508 Με την άποψη αυτή συντάχθηκαν και τα τρία μέλη της Επιτροπής (Αντιπρόεδρος, Δημήτριος Λουκάς, και Τακτικά Μέλη, Δημήτριος Δανηλάτος και Γιάννης Αυγερινός) που μειοψήφησαν ως προς τη στοιχειοθέτηση παράβασης αναφορικά με την επιβολή από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία όρου για επίτευξη ικανοποιητικού μεριδίου ραφιού, με αντάλλαγμα τη χορήγηση σχετικής έκπτωσης πίστης (βλ. Κεφάλαιο Β' ανωτέρω). Και τούτο, λαμβανομένων ιδίως υπόψη της μικρής, συγκριτικά, διάρκειας της διαπιστωθείσας από την πλειοψηφία καταχρηστικής αυτής πρακτικής, αλλά και του σύνθετου, ούτως ή αλλώς, χαρακτήρα της ενιαίας και διαρκούς παράβασης που δικαιολογεί, με βάση την κείμενη πρακτική σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο, το προσδιορισμό του προαναφερόμενου ποσοστού για τον υπολογισμό του ύψος του προστίμου.

1509 Συνεπώς, μετά την εφαρμογή του ποσοστού επί της βάσης συνολικής αξίας πωλήσεων της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας (βλ. προηγούμενο πίνακα), το ποσό του προστίμου για τις διαπιστωθείσες παραβάσεις των άρθρων 2 του ν. 703/77 – 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ (καταχρηστική εκμετάλλευση δεσπόζουσας θέσης) διαμορφώνεται ως ακολούθως:

[1691] Βλ. κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, παρ. 11.

[1692] Βλ. το από 04.03.2014 Υπόμνημα της ΑΖ, σελ. 248 επ.

Βασικό ποσό προστίμου

	Αξία Πωλήσεων (€)	Ποσοστό επί της Αξίας	Βασικό Ποσό Προστίμου (€)
1998[1693]	[…]	[…]	[…]
1999[1694]	[…]		[…]
2000[1695]	[…]		[…]
2001	[…]		[…]
2002	[…]		[…]
2003	[…]		[…]
2004	[…]		[…]
2005	[…]		[…]
2006	[…]		[…]
2007	[…]		[…]
2008	[…]		[…]
2009	[…]		[…]
2010	[…]		[…]
2011	[…]		[…]
2012	[…]		[…]
2013	[…]		[…]
2014[1696]	[…]		[…]
Σύνολο			[…]

ΕΠΙΒΑΡΥΝΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΕΛΑΦΡΥΝΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΣΤΑΣΕΙΣ

1510 Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Επιτροπής Ανταγωνισμού της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, η Επιτροπή, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, μπορεί να προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις[1697].

1511 Εν προκειμένω, ωστόσο, δεν στοιχειοθετούνται επιβαρυντικοί παράγοντες ή ελαφρυντικές περιστάσεις.

[1693] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]) και γίνεται αναγωγή στο τελευταίο τετράμηνο του 1998.

[1694] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]), για λόγους επιείκειας.

[1695] Λόγω έλλειψης στοιχείων, λαμβάνεται υπόψη ο μικρότερος ετήσιος σχετικός κύκλος εργασιών της επίμαχης περιόδου (€[…]), για λόγους επιείκειας.

[1696] Αφορά στην περίοδο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου 2014.

[1697] Βλ. παρ. 5-6.

Συνεπώς, μετά την αξιολόγηση των επιβαρυντικών και ελαφρυντικών περιστάσεων, το βασικό ποσό του προστίμου για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία παραμένει το ίδιο.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΑΝΩΤΑΤΟΥ ΚΑΤΑ ΝΟΜΟ ΟΡΙΟΥ 10%

1512 Όπως προαναφέρθηκε, και ανεξαρτήτως των προαναφερόμενων υπολογισμών με βάση τα κατ' αυτοδέσμευση της διοίκησης τιθέμενα κριτήρια άσκησης της διακριτικής της ευχέρειας, το τελικώς επιβαλλόμενο πρόστιμο δεν μπορεί να υπερβεί, σε κάθε περίπτωση, ποσοστό δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης. Αντίστοιχη διάταξη υφίσταται και στο ενωσιακό δίκαιο. Όπως έχει κριθεί, πρόκειται για ένα όριο το οποίο εφαρμόζεται ομοιόμορφα σε όλες τις επιχειρήσεις και καθορίζεται με βάση το μέγεθος εκάστης αυτών, και το οποίο αποσκοπεί το να αποφευχθούν πρόστιμα υπερβολικού και δυσανάλογου ύψους. Το ανώτατο αυτό όριο έχει, συνεπώς, διακριτό και αυτοτελή σκοπό σε σχέση με τον σκοπό των κριτηρίων της σοβαρότητας και της διάρκειας της παραβάσεως για τον υπολογισμό του προστίμου σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές. Έχει ως μοναδική συνέπεια ότι το τυχόν ύψος του προστίμου που έχει υπολογιστεί με βάση τα κριτήρια της σοβαρότητας και της διάρκειας μίας παράβασης (βλ. ανωτέρω) μειώνεται μέχρι ένα ανώτατο επιτρεπόμενο όριο. Με άλλα λόγια, η εφαρμογή του συνεπάγεται ότι η επιχείρηση δεν καταβάλλει το πρόστιμο, το οποίο, κατ' αρχήν, θα οφειλόταν με βάση τα εν λόγω κριτήρια[1698]. Επομένως, κατά πάγια πρακτική και νομολογία, εφόσον το υπολογισθέν, με βάση τις κατευθυντήριες γραμμές, πρόστιμο ανά επιχείρηση υπερβαίνει το ανώτατο κατά νόμο όριο του δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της τελευταίας χρήσης, θα πρέπει να περιορίζεται στο ποσό αυτό. Περαιτέρω, στην περίπτωση ενιαίας παράβασης των άρθρων 2 του ν. 703/1977 – 2 του ν. 3959/2011 και 102 ΣΛΕΕ, το ανώτατο όριο του προστίμου υπολογίζεται επί της ενιαίας παράβασης (και όχι σε τυχόν μεμονωμένες καταχρηστικές πρακτικές)[1699].

1513 Εν προκειμένω, λόγω της αυξημένης σοβαρότητας αλλά και της μεγάλης διάρκειας της διαπιστωθείσας ενιαίας παράβασης, το ως άνω υπολογισθέν πρόστιμο για την Αθηναϊκή Ζυθοποιία υπερβαίνει εκ των πραγμάτων το ανώτατο κατά νόμο όριο του δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της για την τελευταία σχετική χρήση (2013), ήτοι το συνολικό ποσό των € 31.451.211 (δηλ. 10% του ετήσιου τζίρου € 314.512.108 της καταγγελλόμενης για το έτος 2013). Κατά συνέπεια, το επιβαλλόμενο πρόστιμο στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία θα πρέπει, εν προκειμένω, να περιοριστεί κατά νόμο στο ποσό αυτό.

[1698] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ C-189/02P, C-202/02P, C-205/02P έως C-208/02P και C-213/02P Dansk Rørindustri κλπ. κατά Επιτροπής, σκ. 281-283. Βλ. επίσης απόφαση ΠΕΚ T-71/03 Tokai Carbon κατά Επιτροπής, σκ. 389.

[1699] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΠΕΚ T-25/05 KME κατά Επιτροπής σκ. 172, ΠΕΚ T-68/04 SGL Carbon AG κατά Επιτροπής, σκ. 126-134, καθώς και ΠΕΚ T-71/03 Tokai Carbon κατά Επιτροπής, σκ. 117-118 και 377. Βλ. επίσης απόφαση ΣτΕ 2365/2013 επταμ.

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η **Επιτροπή Ανταγωνισμού σε Ολομέλεια** αποφάσισε σε φανερή ψηφοφορία τα ακόλουθα:

1. Διαπιστώνει ομοφώνως ότι: η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» παραβίασε, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο σκεπτικό, τα άρθρα 2 ν. 703/1977, όπως ίσχυε - 2 ν. 3959/2011, και 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ, κατά τα έτη 1998 (Σεπτέμβριος) έως και την έκδοση της παρούσας.

Ειδικότερα:

i) Διαπιστώνει ομοφώνως ότι η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», κατά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της, προέβη σε πρακτικές αποκλεισμού, αποκλειστικότητας, εκπτώσεων πίστης και διακριτικής μεταχείρισης στο επίπεδο της επιτόπιας κατανάλωσης (σε key accounts και σε άλλα τελικά σημεία), σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο σκεπτικό,

ii) Διαπιστώνει ομοφώνως ότι η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», κατά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της, προέβη σε πρακτικές αποκλεισμού, σε πρακτικές αποκλειστικότητας και επαύξησης πελατειακής πίστης, και σε πρακτικές διακριτικής μεταχείρισης στο χονδρεμπορικό επίπεδο, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο σκεπτικό,

iii) Διαπιστώνει κατά πλειοψηφία ότι η εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.», κατά κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της, προέβη σε επιβολή όρου για επίτευξη ικανοποιητικού κατά την κρίση της μεριδίου ραφιού με αντάλλαγμα τη χορήγηση σχετικής έκπτωσης πίστεως στα σούπερ μάρκετ, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο σκεπτικό.

2. Υποχρεώνει ομοφώνως την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» να παύσει τις διαπιστωθείσες στο σκεπτικό παραβάσεις των άρθρων 2 ν. 703/1977, όπως ίσχυε - 2 ν. 3959/2011, και 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ, καθώς και να παραλείπει αυτές στο μέλλον.

3. Επιβάλλει ομοφώνως πρόστιμο στην εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» ύψους τριανταενός εκατομμυρίων τετρακοσίων πενήντα μίας χιλιάδων διακοσίων έντεκα (31.451.211) ευρώ για τις διαπιστωθείσες στο σκεπτικό παραβάσεις των άρθρων 2 ν. 703/1977 - 2 ν. 3959/2011, και 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ.

4. Επαπειλεί ομοφώνως κατά της ανωτέρω εταιρίας, σε περίπτωση συνέχισης ή επανάληψης των ως άνω παραβάσεων των άρθρων 2 ν. 703/1977, όπως ίσχυε - 2 ν. 3959/2011, και 82 ΣΕΚ - νυν 102 ΣΛΕΕ, πρόστιμο ύψους δέκα χιλιάδων (10.000) ευρώ για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης, από την κοινοποίηση προς αυτήν της απόφασης.

5. Υποχρεώνει ομοφώνως την εταιρία «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.»:

α) να καταρτίζει εφεξής εγγράφως, όλες τις συμβάσεις με χονδρεμπόρους, σούπερ μάρκετ

και τελικά σημεία πώλησης,

β) να αναγράφει επί όλων των συμφωνιών και όλων των τιμολογίων πώλησής της ότι οι πελάτες της είναι ελεύθεροι να αγοράζουν, να πωλούν και με οποιονδήποτε τρόπο να διαθέτουν ανταγωνιστικά προϊόντα σε είδος και ποσότητα της επιλογής τους,

γ) να προσδιορίζει, σε όλες τις συμφωνίες με τους πελάτες της με τις οποίες προβαίνει σε οποιασδήποτε φύσης παροχή με αντάλλαγμα την παροχή από τον αντισυμβαλλόμενο μίας υπηρεσίας, συγκεκριμένα και με σαφήνεια, τόσο την παροχή της εταιρίας «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΪΑ Α.Ε.» όσο και την υπηρεσία του αντισυμβαλλόμενου για την οποία παρέχεται το αντάλλαγμα και

δ) να αναρτήσει και να διατηρήσει σε εμφανές σημείο στην ιστοσελίδα της, για ένα (1) έτος, το διατακτικό της παρούσας απόφασης και σύνδεσμο (link) στο κείμενο της απόφασης στην ιστοσελίδα της Επιτροπής Ανταγωνισμού, εντός προθεσμίας τριάντα (30) ημερών από την κοινοποίηση σε αυτήν της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Η απόφαση εκδόθηκε τη 19η Σεπτεμβρίου 2014.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

ΓΕΝΙΚΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΖΥΘΟΥ

Παραγωγική Διαδικασία Μπίρας

Η παραγωγή της μπίρας βασίζεται σε φυσικά συστατικά, όπως είναι το κριθάρι και άλλα δημητριακά πλούσια σε άμυλο (σιτάρι, βρώμη, σίκαλη), ο λυκίσκος, η μαγιά, το νερό καθώς και διάφορα φρούτα και ψιλή μαύρη ζάχαρη. Περισσότερο από το 90% της μπίρας είναι νερό, η ποιότητα του οποίου είναι βασικό στοιχείο για τους παραγωγούς. Πολλά είδη μπίρας έχουν επηρεαστεί ή ακόμα προσδιοριστεί από το νερό της περιοχής. Ως γενικός κανόνας, το σκληρό ταιριάζει καλύτερα σε σκούρες, πλούσιες μπίρες, όπως οι stouts ή οι porters, ενώ το μαλακό νερό ταιριάζει καλύτερα στις ελαφρές, ξανθές, όπως οι pilsners.

Τα διάφορα συστατικά ενσωματώνονται στην παραγωγική διαδικασία μέσα από ορισμένα στάδια τα οποία και αναφέρονται παρακάτω επιγραμματικά:

1. **Βυνοποίηση:** Το κριθάρι βυθίζεται στο νερό ώστε να μουλιάσει και εν συνεχεία αφήνεται να βλαστήσει. Το κριθάρι αφού ξεραθεί υποβάλλεται σε φρύξη και έτσι μετατρέπεται σε βύνη. Τόσο η διάρκεια όσο και η θερμοκρασία της φρύξης είναι τα στοιχεία που καθορίζουν τη γεύση αλλά και το χρώμα της μπίρας (όσο μεγαλύτερη η θερμοκρασία τόσο πιο σκούρο το χρώμα).
2. **Άλεση βύνης - Παραγωγή ζυθογλεύκους:** Η βύνη αλέθεται και εν συνεχεία αναμιγνύεται με νερό όπου τα ένζυμα μετατρέπουν το άμυλο σε σάκχαρα. Έτσι προκύπτει το ζυθογλεύκος. Η διαδικασία της ανάμειξης με νερό μπορεί να γίνει με ένα καζάνι (αγγλική μέθοδος) ή με δύο καζάνια διαφορετικής θερμοκρασίας (γερμανική μέθοδος).
3. **Βρασμός του ζυθογλεύκους:** Στο ζυθογλεύκος, που προέκυψε από το προηγούμενο στάδιο, προστίθεται λυκίσκος σε ποσότητα που ποικίλλει ανάλογα με το είδος της μπίρας (περισσότερο στις Pils). Το μίγμα αυτό αφού βράσει για 2-3 ώρες, στη συνέχεια ψύχεται σε θερμοκρασίες μεταξύ 6-10^{o}C. Αξίζει να αναφερθεί ότι ο λυκίσκος είναι το συστατικό που προσδίδει στη μπίρα το ξεχωριστό της άρωμα και γεύση.
4. **Ζύμωση:** Το μίγμα λυκίσκου-βύνης αναμιγνύεται με μαγιά προκειμένου να υποστεί ζύμωση. Η μαγιά, χάρη σε ειδικά ένζυμα που περιέχει, μετατρέπει τη γλυκόζη σε αιθανόλη (οινόπνευμα), διοξείδιο του άνθρακα (ανθρακικό) και νερό. Σημειώνεται ότι η μαγιά που χρησιμοποιείται επηρεάζει τη γεύση της μπίρας.
5. **Ωρίμανση:** Μετά τη ζύμωση το μεγαλύτερο μέρος της μαγιάς αφαιρείται και το προϊόν που απομένει μεταφέρεται σε ειδικές δεξαμενές προκειμένου να ωριμάσει. Η μαγιά, που απομένει μαζί με άλλα αδιάλυτα στοιχεία καθιζάνουν ώστε το προϊόν να φιλτραριστεί και να παστεριωθεί. Το στάδιο της ωρίμανσης είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί καθορίζει το είδος της μπίρας που θα προκύψει. Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον τρόπο ζύμωσης-ωρίμανσης οι μπίρες διακρίνονται σε:
   - Μπίρες **χαμηλής ζύμωσης**, οι οποίες ζυμώνονται σε χαμηλές θερμοκρασίες 5-12 βαθμών Κελσίου και αποθηκεύονται προκειμένου να ωριμάσουν για διάστημα μεγαλύτερο των δύο μηνών. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν όλες οι μπίρες τύπου Lager.
   - Μπίρες **υψηλής ζύμωσης**, είναι η παλαιότερη μέθοδος που έχει χρησιμοποιηθεί στην παραγωγή της μπίρας και μέχρι τα μέσα του 19^{ου} αιώνα ήταν η μοναδική που ήταν σε χρήση. Η διαδικασία της ζύμωσης γίνεται στους 15-25 βαθμούς Κελσίου, αλλά ωριμάζουν σε μικρότερο χρονικό διάστημα, το οποίο μπορεί να είναι από μερικές ημέρες έως και δύο εβδομάδες. Οι μπίρες που παράγονται έχουν τονισμένο άρωμα φρούτων. Τέτοιου είδους μπίρες παράγονται στη Γερμανία

(Weizenbiere, Weiβbier, Altbier, Kolsch), Μεγάλη Βρετανία (Ale, Porter, Stout) και Βέλγιο (Lambic, Geuze, Trappist).

- Μπίρες **φυσικής ζύμωσης**, οι οποίες ζυμώνονται σε ανοικτά δοχεία χωρίς την προσθήκη μαγιάς και συγκεντρώνουν όλα τα γενικά χαρακτηριστικά που έχουν οι μπίρες υψηλής ζύμωσης.

Η μπίρα μπορεί να κατηγοριοποιηθεί με βάση διάφορα κριτήρια όπως είναι το χρώμα (ξανθιά, μαύρη και κόκκινη), το είδος της ζύμωσης (χαμηλής, υψηλής ή φυσικής ζύμωσης), την περιεκτικότητα σε αλκοόλ κλπ. Οι κύριες κατηγορίες μπίρας στην ελληνική αγορά είναι οι εξής:

- **Lager:** Οι μπίρες του τύπου αυτού είναι οι πιο γνωστές ανά τον κόσμο. Ο όρος lager σημαίνει αποθήκη και ουσιαστικά χρησιμοποιείται για να δηλώσει τον τρόπο αποθήκευσης της μπίρας σε συνθήκες ψύχους. Με τον όρο αυτό, ο οποίος είναι γερμανικός (lagern=αποθηκεύω), χαρακτηρίζονται όλες οι κοινές ξανθές lager συμπεριλαμβανομένων και των Pils (η πλειοψηφία των lager σήμερα είναι στιλ Pilsner), Bock κλπ.
- **Pilsener ή Pils:** Αυτός ο τύπος μπίρας αναφέρεται στις ξηρές ξανθιές μπίρες, οι οποίες και ανήκουν στη βασική κατηγορία lager. Πρόκειται για μπίρες των οποίων η περιεκτικότητα σε αλκοόλ κυμαίνεται μεταξύ 4-5 βαθμών. Σημειώνεται ότι σήμερα υπάρχουν και μερικές μαύρες Pils.
- **Bock:** Ο όρος αυτός αναφέρεται στις «δυνατές» μπίρες με περιεκτικότητα σε αλκοόλ μεγαλύτερη των 5,7 βαθμών. Οι μπίρες αυτές είναι κυρίως χαμηλής ζύμωσης και το χρώμα τους μπορεί να είναι άλλοτε ανοιχτό και άλλοτε σκούρο.
- **Ale:** Ο όρος αυτός είναι αγγλικός και χαρακτηρίζει τις μπίρες υψηλής ζύμωσης. Αυτή η κατηγορία μπίρας είναι συνδεδεμένη κυρίως με το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου πολλές περιοχές έχουν το δικό τους ξεχωριστό τύπο μπίρας ale όπως Mild, Bitter, Pale Ale, Brown Ale, Barley Wine κλπ.
- **Stout:** Σε αυτόν τον τύπο μπίρας, ο οποίος πρωτοεμφανίστηκε στην Ιρλανδία, ανήκουν οι πολύ «σκούρες» μπίρες υψηλής ζύμωσης. Αυτές οι μπίρες έχουν το χαρακτηριστικό ότι η γεύση τους συχνά θυμίζει σοκολάτα ή καραμέλα.
- **Lambic:** Πρόκειται για σιταρένιες μπίρες που έχουν προέλθει από φυσική ζύμωση. Συχνά για την παραγωγή τους χρησιμοποιούνται διάφορα φρούτα και έτσι προκύπτουν μπίρες όπως οι Kriek, Framboise, Pecheresse κ.α. Η παραγωγή τους πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο στο Βέλγιο.

Σχετικά με τον τύπο του προϊόντος, οι μπίρες lager είναι οι πιο διαδεδομένες στην εγχώρια αγορά, με το ποσοστό τους να ξεπερνάει το 90%.

Όσον αφορά στις διάφορες συσκευασίες με τις οποίες κυκλοφορούν οι μπίρες στην αγορά, υπάρχουν οι εξής βασικές κατηγορίες:

- **Φιάλη:** Οι φιάλες οι οποίες διατίθενται είναι είτε επιστρεφόμενες είτε όχι, με το περιεχόμενό τους να ποικίλλει. Στην αγορά συνήθως διατίθενται φιάλες των 330ml ή 500ml και λιγότερο συχνά φιάλες των 200ml, 250ml, 650ml, 660ml και 750ml. Οι φιάλες συσκευάζονται κυρίως σε κιβώτια των 24 τεμαχίων αν και ο αριθμός αυτός ποικίλλει ανάλογα με το περιεχόμενο της φιάλης (κιβώτια των 6, 8, 12 ή 20 φιαλών).
- **Κουτάκι:** Τα κουτάκια είναι περιεκτικότητας 330ml ή 500ml και συσκευάζονται σε κιβώτια των 20 ή 24 τεμαχίων.
- **Βαρέλι:** Αυτός ο τύπος συσκευασίας αναφέρεται σε μεταλλικά βαρέλια των 30lt ή 50lt.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.1

ΌΓΚΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ με βάση τον τύπο της Μπύρας (σε ποσοστό %)												
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 F
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Lager	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]											
Dark Beer												
Wheat Beer												
Others												
Ale												
Stout												
Other Top Fermented												

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.2

	ΜΕ ΒΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ CANADEAN				ΜΕ ΒΑΣΗ ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ ICAP			
	ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΕΞΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	**ΕΓΧΩΡΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ**	ΠΑΡΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΕΙΣΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΕΞΑΓΟΜΕΝΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ	**ΕΓΧΩΡΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ**
ΕΤΟΣ 2001								
ΕΤΟΣ 2002								
ΕΤΟΣ 2003								
ΕΤΟΣ 2004								
ΕΤΟΣ 2005								
ΕΤΟΣ 2006								
ΕΤΟΣ 2007								
ΕΤΟΣ 2008								
ΕΤΟΣ 2009								
ΕΤΟΣ 2010								
ΕΤΟΣ 2011								
ΕΤΟΣ 2012								

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

*Ποσότητες σε χιλιάδες εκατόλιτρα (Τα ποσά με * αντιπροσωπεύουν προβλέψεις της εταιρίας)*

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.3^{β}

	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΜΠΙΡΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ CANADEAN (σε χιλιάδες εκατόλιτρα)							
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Υποσύνολο 5 εταιριών	Λοιποί	Σύνολο
ΕΤΟΣ 1998	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]							
ΕΤΟΣ 1999								
ΕΤΟΣ 2000								
ΕΤΟΣ 2001								
ΕΤΟΣ 2002								
ΕΤΟΣ 2003								
ΕΤΟΣ 2004								
ΕΤΟΣ 2005								
ΕΤΟΣ 2006								
ΕΤΟΣ 2007								
ΕΤΟΣ 2008								
ΕΤΟΣ 2009								
ΕΤΟΣ 2010								
ΕΤΟΣ 2011								

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.3γ

ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΟΓΚΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ (ΣΕ %)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ΣΥΝΟΛΟ ΑΓΟΡΑΣ	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.4^{β}

Ημερολογιακό έτος	ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ (σε εκατόλιτρα)					
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]					
2002						
2003						
2004						
2005						
2006						
2007						
2008						
2009						
2010						
2011						
2012						
α' εξάμηνο 2013						

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.5α

Ημερολογιακό έτος	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ (ποσά σε Ευρώ)					
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]					
2002						
2003						
2004						
2005						
2006						
2007						
2008						
2009						
2010						
2011						
2012						
α' εξάμηνο 2013						

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

].

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.5^{β}

Ημερολογιακό έτος	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΖΥΘΟΥ				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία
2001	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2002	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2003	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2004	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2005	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2006	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2007	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2008	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2009	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2010	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2011	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
2012	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
α' εξάμηνο 2013	**55% -65%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.6

	ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
ΕΤΟΣ 2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]
ΕΤΟΣ 2002	
ΕΤΟΣ 2003	
ΕΤΟΣ 2004	
ΕΤΟΣ 2005	
ΕΤΟΣ 2006	
ΕΤΟΣ 2007	
ΕΤΟΣ 2008	
ΕΤΟΣ 2009	
ΕΤΟΣ 2010	
ΕΤΟΣ 2011	
ΕΤΟΣ 2012	
α' εξάμηνο 2013	

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.7

	ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΤΗΣ ΣΗΜΑΤΩΝ
ΕΤΟΣ 2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]
ΕΤΟΣ 2002	
ΕΤΟΣ 2003	
ΕΤΟΣ 2004	
ΕΤΟΣ 2005	
ΕΤΟΣ 2006	
ΕΤΟΣ 2007	
ΕΤΟΣ 2008	
ΕΤΟΣ 2009	
ΕΤΟΣ 2010	
ΕΤΟΣ 2011	
ΕΤΟΣ 2012	
ΕΤΟΣ 2013 (ΠΡΟΒΛΕΨΗ)	

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.8

Μερίδια αγοράς μπίρας με βάση την ICAP
[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.9

	ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΗΣ CANADEAN (σε '000HL)				
	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΜΠΙΡΑΣ	ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ	ΑΓΟΡΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ	% ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ	% ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΜΠΙΡΑΣ ΕΠΙ ΤΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΗΣ
ΕΤΟΣ 1998	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]				
ΕΤΟΣ 1999					
ΕΤΟΣ 2000					
ΕΤΟΣ 2001					
ΕΤΟΣ 2002					
ΕΤΟΣ 2003					
ΕΤΟΣ 2004					
ΕΤΟΣ 2005					
ΕΤΟΣ 2006					
ΕΤΟΣ 2007					
ΕΤΟΣ 2008					
ΕΤΟΣ 2009					
ΕΤΟΣ 2010					
ΕΤΟΣ 2011					
ΕΤΟΣ 2012 (ΠΡΟΒΛΕΨΗ)					
ΕΤΟΣ 2013 (ΠΡΟΒΛΕΨΗ)					

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΙΙΙ.3

Εκτιμήσεις Canadean για την αγορά ζύθου

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.10α

Ημερολογιακό έτος	ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ (σε εκατόλιτρα)						
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο	% Αγοράς Επιτόπιας Κατανάλωσης επί της Συνολικής
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]						
2002							
2003							
2004							
2005							
2006							
2007							
2008							
2009							
2010							
2011							
2012							
α' εξάμηνο 2013							

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.11^{α}

Ημερολογιακό έτος	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΤΟΠΙΑΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ (ποσά σε Ευρώ)						
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο	% Αγοράς Επιτόπιας Κατανάλωσης επί της Συνολικής
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]						
2002							
2003							
2004							
2005							
2006							
2007							
2008							
2009							
2010							
2011							
2012							
α' εξάμηνο 2013							

Παρατηρήσεις:

1) Βλ. σχετ. παρατηρήσεις στον Πίνακα ΙΙΙ.10^{α} .

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.11^{β}

Ημερολογιακό έτος	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΖΥΘΟΥ				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία
2001	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2002	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2003	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2004	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2005	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2006	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2007	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2008	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2009	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2010	**75% -85%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2011	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
2012	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
α' εξάμηνο 2013	**55% -65%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.12^{α}

Ημερολογιακό έτος	ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ (σε εκατόλιτρα)						
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο	% Αγοράς Μελλοντικής Κατανάλωσης επί της Συνολικής
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]						
2002							
2003							
2004							
2005							
2006							
2007							
2008							
2009							
2010							
2011							
2012							
α' εξάμηνο 2013							

Παρατηρήσεις:

1) Βλ. σχετ. παρατηρήσεις στον Πίνακα ΙΙΙ.10^{α} .

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.13α

Ημερολογιακό έτος	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΖΥΘΟΥ (ποσά σε Ευρώ)						
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο	% Αγοράς Μελλοντικής Κατανάλωσης επί της Συνολικής
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]						
2002							
2003							
2004							
2005							
2006							
2007							
2008							
2009							
2010							
2011							
2012							
α' εξάμηνο 2013							

Παρατηρήσεις:

1) Βλ. σχετ. παρατηρήσεις στον Πίνακα ΙΙΙ.10α.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.13β

Ημερολογιακό έτος	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΖΥΘΟΥ				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία
2001	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2002	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2003	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2004	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2005	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2006	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2007	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2008	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2009	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2010	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	5%-15%	0%-5%
2011	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	5%-15%	0%-5%
2012	**65% -75%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
α' εξάμηνο 2013	**55% -65%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	15%-25%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.14[α]

Μερίδια αγοράς στο σύνολο της «ζεστής» αγοράς				
Έτος / Εταιρία	2004	2005	2006	2007
[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]				

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.14[β]

Κατηγορίες Επιχειρήσεων	HYPERMARKETS			ΜΕΓΑΛΑ SUPER MARKETS			ΜΙΚΡΑ SUPER MARKETS			SUPERETTES			TRADITIONAL		
Έτος / Εταιρία	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]															

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.15α

Ημερολογιακό έτος	ΟΓΚΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΕ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (σε εκατόλιτρα)					
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]					
2002						
2003						
2004						
2005						
2006						
2007						
2008						
2009						
2010						
2011						
2012						
α' εξάμηνο 2013						

Παρατηρήσεις:

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.16[α]

Ημερολογιακό έτος	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΣΕ ΧΟΝΔΡΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (*ποσά σε Ευρώ*)					
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία	Σύνολο
2001	[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]					
2002						
2003						
2004						
2005						
2006						
2007						
2008						
2009						
2010						
2011						
2012						
α' εξάμηνο 2013						

Παρατηρήσεις:

1) Βλ. σχετ. παρατηρήσεις στον Πίνακα ΙΙΙ.15[α].

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.16^{β}

Ημερολογιακό έτος	ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΝ ΔΗΛΩΘΕΝΤΑ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ ΖΥΘΟΥ				
	Αθηναϊκή Ζυθοποιία	Μύθος Ζυθοποιία	Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης	Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης	Ολυμπιακή Ζυθοποιία
2001	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2002	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2003	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2004	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2005	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2006	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2007	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2008	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2009	**85% -95%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	Μ/Δ
2010	**75% -85%**	5%-15%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2011	**75% -85%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	0%-5%
2012	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%
α' εξάμηνο 2013	**65% -75%**	15%-25%	0%-5%	0%-5%	5%-15%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΙΙΙ.18

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ III.19

Περιγραφή Εγγράφων

Έρευνα στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε.

Έτος	Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.	Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου
2001	Εντολή Ελέγχου - 1851/4.7.01	Συλλογή στοιχείων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στην Αθήνα
2001	Υποβολή στοιχείων - 2897/10.10.01	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2001	Υποβολή στοιχείων - 3172/7.11.01	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2002	Υποβολή στοιχείων - 391/5.2.02	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2002	Υποβολή στοιχείων -1728/31.5.02	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2005	Ερωτηματολόγιο - 2911/24.5.05	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2005	Υποβολή στοιχείων - 4131/11.7.05	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2911/24.5.05
2006	Εντολή Ελέγχου - 2852/22.5.06	Συλλογή στοιχείων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στην Αθήνα
2006	Εντολή Ελέγχου - 2853/22.5.06	Συλλογή στοιχείων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στη Θεσσαλονίκη
2006	Υποβολή στοιχείων – 7236/14.11.06	Επιστολή παροχής διευκρινιστικών στοιχείων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2007	Ερωτηματολόγιο - 1141/23.2.07	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2007	Υποβολή στοιχείων - 1736/23.3.07	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 1141/23.2.07
2007	Ερωτηματολόγιο - 3203/4.6.07	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2007	Συμπληρωματικό Ερωτηματολόγιο - 3239/6.6.07	Υποβολή συμπληρωματικού ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2007	Υποβολή στοιχείων - 3673/22.6.07	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στα ερωτηματολόγια με αρ. πρωτ. 3203/4.6.07 και 3239/6.6.07
2008	Εντολή Ελέγχου - 4808/18.7.08	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στην Αθήνα
2008	Υποβολή στοιχείων - 6649/30.9.08	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» (εκκρεμότητα από τον επιτόπιο έλεγχο που πραγματοποιήθηκε με βάση την εντολή ελέγχου με αρ. πρωτ. 4808/18.7.08)
2008	Υποβολή στοιχείων - 7723/4.11.08	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2008	Ερωτηματολόγιο - 7842/7.11.08	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»

2008	Υποβολή στοιχείων - 8463/1.12.08 και 8661/15.12.08	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 7842/7.11.08
2009	Εντολή Ελέγχου - 357/19.1.09	Συλλογή στοιχείων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στην Αθήνα
2009	Ερωτηματολόγιο - 1534/18.2.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2009	Εντολή Ελέγχου - 1679/24.2.09	Συλλογή στοιχείων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στην Αθήνα
2009	Υποβολή στοιχείων - 2133/11.3.09	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2133/11.3.09
2012	Ερωτηματολόγιο - 4908/7.6.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2012	Υποβολή στοιχείων – 5648/6.7.12	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 4908/7.6.12
2013	Υποβολή στοιχείων – 5478/9.7.12	Υποβολή διευκρινιστικών στοιχείων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 4908/7.6.12
2013	Υποβολή στοιχείων – 5588/12.7.12	Υποβολή διευκρινιστικών στοιχείων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 4908/7.6.12
2013	Ερωτηματολόγιο – 5625/15.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2013	Υποβολή στοιχείων – 6210/5.8.13	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5625/15.7.13
2013	Ερωτηματολόγιο – 7507/27.9.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2013	Ερωτηματολόγιο – 7615/1.10.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2013	Υποβολή στοιχείων – 7925/11.10.13	Υποβολή απαντήσεων της «ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στα ερωτηματολόγια με αρ. πρωτ. 7507/27.9.13 & 7615/1.10.13

Έρευνα σε ανταγωνιστικές εταιρίες

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2005	Ερωτηματολόγιο - 2912/24.5.05	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη **«ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»**
2005	Υποβολή στοιχείων - 4291/18.7.05	Υποβολή απαντήσεων της **«ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»** στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2912/24.5.05
2005	Ερωτηματολόγιο - 2914/24.5.05	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2005	Υποβολή στοιχείων - 4650/1.8.05	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2914/24.5.05
2005	Ερωτηματολόγιο - 2913/24.5.05	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2005	Επιστολή – 4203/12.7.05 και Υποβολή στοιχείων - 4237/13.7.05	Επιστολή διευκρινίσεων της [ ] και υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2913/24.5.05

2005	Ερωτηματολόγιο - 2915/24.5.05	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη [ ]
2005	Υποβολή στοιχείων - 3639/24.6.05	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2915/24.5.05
2007	Υποβολή στοιχείων – 1865/30.3.07	Υποβολή στοιχείων της [ ]
2008	Εντολή Ελέγχου - 2735/17.4.08	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 1148/5.2.09	Παροχή στοιχείων εκ μέρους της [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων – 3006/9.4.09	Υποβολή στοιχείων της [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο – 5722/9.7.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2012	Εντολή Ελέγχου – 5419/27.6.12	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίων κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της [ ]
2012	Υποβολές στοιχείων – 6210/31.7.12 & 7089/18.9.12	Υποβολές απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5722/9.7.12
2012	Ερωτηματολόγιο – 5723/9.7.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη [ ]
2012	Υποβολές στοιχείων – 6209/31.7.12 & 6578/24.8.12	Υποβολές απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5723/9.7.12
2012	Ερωτηματολόγιο – 5724/9.7.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»
2012	Υποβολή στοιχείων – 6169/30.7.12 (6170/30.7.12 μη απόρρητη εκδοχή των απαντήσεων)	Υποβολή απαντήσεων της «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5724/9.7.12
2012	Ερωτηματολόγιο – 5725/9.7.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2012	Υποβολές στοιχείων – 6116/26.7.12 & 6124/26.7.12	Υποβολές απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5725/9.7.12
2012	Ερωτηματολόγιο – 8624/2.11.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη [ ]
2012	Υποβολή στοιχείων – 8964/15.11.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 8624/2.11.12
2013	Ερωτηματολόγιο – 5589/12.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη [ ]
2013	Υποβολή στοιχείων – 6021/29.7.13	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5589/12.7.12
2013	Ερωτηματολόγιο – 5590/12.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2013	Υποβολές στοιχείων – 6043/30.7.13 & 6231/5.8.13 & 6697/30.8.13	Υποβολές απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5590/12.7.13
2013	Ερωτηματολόγιο - 5591/12.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην [ ]
2013	Υποβολή στοιχείων – 5923/25.7.13	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5591/12.7.13
2013	Ερωτηματολόγιο – 5592/12.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στη «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.»

2013	Υποβολή στοιχείων – 6012/29.7.13	Υποβολή απαντήσεων της «ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.» στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5592/12.7.13

Έρευνα σε χονδρεμπορικές επιχειρήσεις

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2001	Εντολή Ελέγχου - 1928/10.7.01	Ένορκη κατάθεση κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2001	Εντολή Ελέγχου - 2640/19.9.01	Ένορκη κατάθεση κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2006	Ένορκη Κατάθεση - 5.7.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (εκ μέρους της επιχείρησης [ ]
2006	Ένορκη Κατάθεση - 7.7.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ](εκ μέρους της επιχείρησης [ ]
2006	Υποβολή στοιχείων - 4197/12.7.06	Υποβολή εκ μέρους της επιχείρησης [ ] συμπληρωματικών στοιχείων της ένορκης κατάθεσης του [ ]
2006	Ένορκη Κατάθεση - 3.8.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] επιχείρηση [ ]
2006	Ένορκη Κατάθεση - 25.10.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] [ ]
2006	Επιστολή - 6888/1.11.06	Επιστολή εκ μέρους του [ ], συνιδιοκτήτη και Προέδρου της εταιρίας [ ],
2006	Ένορκη Κατάθεση - 3.11.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (εκ μέρους της εταιρίας [ ] και της [ ]
2006	Ένορκη Κατάθεση – 3.11.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ της [ ] (εκ μέρους [ ]
2007	Ένορκη Κατάθεση - 2.2.07	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (εταιρία [ ]
2007	Υποβολή στοιχείων - 2122/17.4.07 και 2672/14.5.07	Παροχή στοιχείων από το [ ] (επιχείρηση [ ]
2007	Ένορκη Κατάθεση - 9.5.07	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (εταιρία [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6405/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]

2007	Εντολή Ελέγχου - 6403/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6398/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6396/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6402/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6397/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6404/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6400/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2007	Εντολή Ελέγχου - 6399/5.11.07	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2009	Εντολή Ελέγχου - 358/19.1.09	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2009	Εντολή Ελέγχου - 359/19.1.09	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3262/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3260/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3270/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3276/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3278/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3279/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3265/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3256/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3255/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2009	Ερωτηματολόγιο - 3254/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3253/23.4.09 και 5192/26.6.09 (αίτημα για διευκρινίσεις)	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3259/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3264/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3263/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3258/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3257/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3273/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3274/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3275/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3280/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3281/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3261/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3266/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3267/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3268/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3272/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3271/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Ερωτηματολόγιο - 3269/23.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 3612/6.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3262/23.4.09

2009	Υποβολή στοιχείων - 4875/16.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3260/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4153/21.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3270/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3867/13.5.09 και 4265/26.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3276/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3687/7.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3278/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4249/26.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3279/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4575/3.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3265/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3882/14.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3256/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3870/14.5.09 και 4516/2.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3255/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4113/20.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3254/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4218/25.5.09 και 5711/17.7.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3253/23.4.09 και στο με αρ. πρωτ. 5192/26.6.09 αίτημα για διευκρινιστικά στοιχεία
2009	Υποβολή στοιχείων - 4689/9.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3259/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3839/13.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3264/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3939/15.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3263/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3931/15.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3258/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3753/11.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3257/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4574/3.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3273/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3828/13.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3274/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4247/26.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3275/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3710/8.5.09 και 4183/22.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3280/23.4.09

2009	Υποβολή στοιχείων - 4695/9.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3281/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4270/26.5.09 και 4449/1.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3261/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 5351/3.7.09 και 5401/6.7.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3266/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3840/13.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3267/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4127/21.5.09 και 4283/27.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3268/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 5136/25.6.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3272/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 3838/13.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3271/23.4.09
2009	Υποβολή στοιχείων - 4175/22.5.09 και 4280/27.5.09	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3269/23.4.09
2012	Εντολή Ελέγχου – 3960/30.4.12	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της επιχείρησης [ ]
2012	Εντολή Ελέγχου – 3961/30.4.12	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της επιχείρησης [ ]
2012	Υποβολή στοιχείων – 4201/10.5.12	Υποβολή στοιχείων εκ μέρους της επιχείρησης [ ] συμπληρωματικών του επιτόπιου ελέγχου
2012	Ερωτηματολόγιο – 3544/12.4.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Υποβολή στοιχείων – 4563/22.5.12	Υποβολή απαντήσεων εκ μέρους της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3544/12.4.12

Έρευνα σε εταιρίες τελικών σημείων κατανάλωσης

Έτος	Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.	Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου
2006	Ένορκη Κατάθεση - 26.10.06	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (διατηρεί την [ ] επιχείρηση [ ] με παράλληλη συμμετοχή στις εταιρίες/ατομικές επιχειρήσεις: [ ], [ ], [ ], [ ], [ ] και [-
2007	Ένορκη Κατάθεση - 9.5.07	Ένορκη κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] (επιχείρηση [ ]

2006	Εντολή Ελέγχου - 4859/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ] στην Αθήνα (καταστήματα [ ])
2006	Εντολή Ελέγχου - 4858/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4861/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4866/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4865/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4862/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4868/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4863/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Εντολή Ελέγχου - 4864/1.8.06	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην επιχείρηση [ ]
2006	Υποβολή Στοιχείων - 5252/18.8.06	Υποβολή στοιχείων εκ μέρους της επιχείρησης [ ] συμπληρωματικών του επιτόπιου ελέγχου
2006	Υποβολή Στοιχείων - 5707/11.9.06	Υποβολή στοιχείων εκ μέρους της επιχείρησης [ ] συμπληρωματικών του επιτόπιου ελέγχου
2006	Υποβολή Στοιχείων - 5413/28.8.06	Υποβολή στοιχείων από την επιχείρηση [ ] συμπληρωματικών του επιτόπιου ελέγχου
2008	Ένορκη Κατάθεση – 7.4.08	Ένορκη Κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ], του Ομίλου [ ]
2008	Ένορκη Κατάθεση – 11.4.08	Ένορκη Κατάθεση ενώπιον στελεχών της ΕΑ του [ ] του Ομίλου [ ]
2008	Υποβολή Στοιχείων - 3010/6.5.08	Υποβολή εκ μέρους του [ ] συμπληρωματικών στοιχείων της ένορκης κατάθεσης
2008	Υποβολή Στοιχείων - 3064/7.5.08	Υποβολή εκ μέρους [ ] συμπληρωματικών στοιχείων της ένορκης κατάθεσης
2009	Ερωτηματολόγιο - 3390/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4290/27.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3390/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3392/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2009	Υποβολή στοιχείων - 4103/20.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] και της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3392/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3395/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4860/15.6.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3395/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3402/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4098/20.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3402/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3389/28.4.09 & 3394/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ] και [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4246/26.5.09 & 4245/26.5.09	Υποβολή στοιχείων εκ μέρους των [ ] και [ ] στα ερωτηματολόγια με αρ. πρωτ. 3389/28.4.09 & 3394/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3393/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4066/19.5.09 και 4507/2.6.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3393/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3401/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 5357/3.7.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3401/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3397/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4338/28.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3397/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3391/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4077/19.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3391/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3400/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4128/21.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3400/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3387/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 5352/3.7.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3387/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3388/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4168/22.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] (στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3388/28.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3360/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2009	Υποβολή στοιχείων - 4107/20.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3360/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3368/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στις εταιρίες του Ομίλου [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4196/22.5.09 και 4201/22.5.09	Υποβολή στοιχείων των εταιριών του Ομίλου [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3368/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3361/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 5630/14.7.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3361/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3367/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στον Όμιλο [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4444/1.6.09	Υποβολή στοιχείων του Ομίλου [ ] και των εταιριών στις οποίες συμμετέχει ο κ. [ ] και έχει τη διαχείριση αυτών στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3367/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3364/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4166/22.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3364/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3369/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4149/21.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3369/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3365/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4372/29.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3365/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3366/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4437/1.6.09 και 5230/29.6.09 και 5854/24.7.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3366/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3358/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4022/18.5.09 και 4110/20.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3358/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3363/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 4129/21.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας εταιρία [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3363/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3398/28.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ] [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 3994/18.5.09 και 4114/20.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας εταιρία [ ] [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3398/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3359/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2009	Υποβολή στοιχείων - 4498/2.6.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3359/27.4.09
2009	Ερωτηματολόγιο - 3362/27.4.09	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2009	Υποβολή στοιχείων - 3890/14.5.09	Υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3362/27.4.09
2010	Εντολή Ελέγχου - 844/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο μεζεδοπωλείο [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 845/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο καφέ – μπαρ [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 846/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο snack-bar στον [ ]με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας του [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 847/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο εστιατόριο - καφεζαχαροπλαστείο στη [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 848/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο εστιατόριο στη [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 849/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο ψητοπωλείο - εστιατόριο με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 850/9.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο εστιατόριο – ψησταριά στη [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 936/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο εστιατόριο στην [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας του [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 938/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο [με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας του [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 939/16.2.10	Η διεξαγωγή του ελέγχου στην καφετέρια – μπαρ [ ] με την επωνυμία [ ] δεν κατέστη εφικτή (βλ. σχετική Έκθεση Ελέγχου με αρ. πρωτ. 1290/3.3.10)
2010	Εντολή Ελέγχου - 941/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια στο [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 942/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια - μπαρ στο [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 943/16.2.10	Η διεξαγωγή του ελέγχου στον πολυχώρο με την επωνυμία [ ] δεν κατέστη εφικτή. Καταγράφηκαν όμως στοιχεία κατόπιν προφορικής άδειας του υπεύθυνου του καταστήματος.

2010	Εντολή Ελέγχου - 944/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο κατάστημα με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 945/16.2.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια - εστιατόριο στο [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1535/15.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο snack bar στην [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1536/15.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια - εστιατόριο στην [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1533/15.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια στις [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας του [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1534/15.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια – εστιατόριο στην πόλη του [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1640/19.3.10	Η διεξαγωγή του ελέγχου στο ξενοδοχείο [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ] δεν κατέστη εφικτή (βλ. σχετική Έκθεση Ελέγχου με αρ. πρωτ. 2336/19.4.10)
2010	Εντολή Ελέγχου - 1641/19.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στο εστιατόριο στα [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1642/19.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια στα [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2010	Εντολή Ελέγχου - 1643/19.3.10	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στην καφετέρια στα [ ] με την επωνυμία [ ] ιδιοκτησίας της [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο – 3807/25.4.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ] στην Αθήνα
2012	Υποβολή στοιχείων – 4644/25.5.12	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 3807/25.4.12
2013	Ερωτηματολόγιο – 4295/27.5.13 & Υπομνηστική επιστολή παροχής στοιχείων – 5785/19.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Υποβολές στοιχείων – 4622/6.6.13 & 6792/4.9.13 & 6500/20.08.13 & 8756/06.11.13	Υποβολές απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στα ερωτηματολόγια με αρ. πρωτ. 4295/27.5.13 & 5785/19.7.13
2013	Ερωτηματολόγιο – 5729/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 5730/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 5731/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2013	Ερωτηματολόγιο – 5732/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 5733/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 5734/18.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6031/30.7.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Υποβολές στοιχείων – 5997/26.7.13 & 6250/6.8.13	Υποβολές απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5729/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 6083/31.7.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5730/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 5991/26.7.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5731/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 6033/30.7.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5732/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 5861/23.7.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5733/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 6030/30.7.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 5734/18.7.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 6464/16.8.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6031/30.7.13.
2013	Ερωτηματολόγιο – 6300/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6301/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6302/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6303/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6304/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6305/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Ερωτηματολόγιο – 6306/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2013	Ερωτηματολόγιο – 6307/7.8.13	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2013	Υποβολή στοιχείων – 7273/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6306/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7274/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6304/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7275/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6305/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7276/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6307/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7277/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6300/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7278/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6301/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7279/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6303/7.8.13
2013	Υποβολή στοιχείων – 7280/20.9.13	Υποβολή απαντήσεων της επιχείρησης [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 6302/7.8.13

Έρευνα σε εταιρίες super market

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2012	Εντολή Ελέγχου – 3962/30.4.12	Συλλογή στοιχείων και συμπλήρωση ερωτηματολογίου κατά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας [ ]
2012	Υποβολή στοιχείων – 4620/24.5.12 & 4638/24.5.12	Υποβολές στοιχείων της επιχείρησης [ ] συμπληρωματικών του επιτόπιου ελέγχου
2012	Ερωτηματολόγιο – 2790/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2791/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]

2012	Ερωτηματολόγιο- 2792/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2793/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2794/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2795/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2796/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2797/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2798/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στο [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2799/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 2800/23.3.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στην εταιρία [ ]
2012	Ερωτηματολόγιο- 4804/31.5.12	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γ.Δ.Α. στον [ ]
2012	Υποβολή στοιχείων - 3047/2.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2790/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3079/3.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2795/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3482/11.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2800/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3528/12.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2792/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3529/12.4.12 & 3589/18.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2797/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3530/12.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2791/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3532/12.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2796/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3533/12.4.12 & 3680/20.4.12	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2794/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3536/12.4.12	Υποβολή απαντήσεων του [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2798/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 3653/20.4.2012	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2793/23.3.12

2012	Υποβολή στοιχείων - 3781/24.4.2012	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 2799/23.3.12
2012	Υποβολή στοιχείων - 5443/28.6.12	Υποβολή απαντήσεων του [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 4804/31.5.12

Επικοινωνία με φορείς και εταιρίες του εξωτερικού

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2008	Γνωστοποίηση Απόφασης –[ ]	Γνωστοποίηση απόφασης [ ]
2008	Ερωτηματολόγιο - 7402/23.10.08	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στον [ ] αναφορικά με τη γνώμη της εταιρίας [ ] για την ελληνική αγορά μπύρας
2008	Ερωτηματολόγιο - 7403/23.10.08	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στον [ ]αναφορικά με τη γνώμη της εταιρίας [ ] για την ελληνική αγορά μπύρας
2008	Ερωτηματολόγιο - 7404/23.10.08	Υποβολή ερωτηματολογίου εκ μέρους της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στον [ ] αναφορικά με τη γνώμη της εταιρίας [ ] για την ελληνική αγορά μπύρας
2008	Υποβολή στοιχείων - 8210/20.11.08 & 8263/24.11.08	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 7403/23.10.08
2008	Υποβολή στοιχείων – [ ]	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 7402/23.10.08
2008	Υποβολή στοιχείων - 8664/15.12.08	Υποβολή απαντήσεων της [ ] στο ερωτηματολόγιο με αρ. πρωτ. 7404/23.10.08

Υπομνήματα

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2012	Υπόμνημα – 9440/29.11.12	Υποβληθέν Υπόμνημα της **«ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.»**
2013	Συμπληρωματικό Υπόμνημα – 2173/7.3.13	1ο Συμπληρωματικό του υπ' αριθ. 9440/29.11.12 Υπομνήματος της **«ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.»**
2013	Συμπληρωματικό Υπόμνημα – 2960/5.4.13	2ο Συμπληρωματικό του υπ' αριθ. 9440/29.11.12 Υπομνήματος της **«ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΘΡΑΚΗΣ Α.Ε.»**

Καταγγελία

Έτος	**Έγγραφο - Ημ. Αρ. Πρωτ.**	**Αντικείμενο – Είδος Ελέγχου**
2006	Καταγγελία - 8461/29.12.06	Υποβολή καταγγελίας από τη «**ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.**»
2007	Υποβολή στοιχείων - 6238/29.10.07	Συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων από τη «**ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.**»
2008	Υποβολή στοιχείων - 1573/6.3.08	Συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων από τη «**ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.**»
2008	Υποβολή στοιχείων - 6956/8.10.08	Προσδιορισμός απόρρητων στοιχείων και συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων από τη «**ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.**»
2008	Υποβολή στοιχείων - 8573/8.12.08	Συμπληρωματική της καταγγελίας υποβολή στοιχείων από τη «**ΜΥΘΟΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.**»

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΞΙΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ									
		2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	α΄ εξάμηνο 2013
[ ]	[ ]	[ ] [95-100]%					[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[65-75]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/6/2004	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	[ ] [95-100]%									
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[55-65]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/6/2004	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΟΣΚΟΜΙΣΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[55-65]%	[85-95]%	[75-85]%	[65-75]%	[65-75]%					
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕ ΑΓΟΡΕΣ ΣΕ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΖΥΘΟΥ	[95-100]%								
[ ]	[ ]	0,00%	[95-100]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/1/2005	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	0,00%	0,00%	0,00%	[75-85]% ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 1/3/2007	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%
[ ]	[ ]	ΔΕΝ ΠΡΟΣΚΟΜΙΣΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	[0-5]%	[85-95]%	[85-95]%	[95-100]%					
[ ]	[ ]	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%	[95-100]%					

ΠΙΝΑΚΑΣ $2^{β}$

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 2β (συνέχεια)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 3^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 4[β]

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 4[β] (συνέχεια)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 5[β]

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 6^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 7^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 8^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 9^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 10^{β}

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

Εσωτερικό σημείωμα [ΑΠΟΡΡΗΤΟ] της 21.05.2004 (1/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

Εσωτερικό σημείωμα [ΑΠΟΡΡΗΤΟ] της 21.05.2004 (2/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 11 (1/4)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 11 (2/4)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 11 (3/4)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 11 (4/4)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 12 (1/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 12 (2/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 13</u>

Στον ακόλουθο Πίνακα παρατίθενται [ ].

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 14 (1/4)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΕΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
Τελικά σημεία που αναφέρουν ύπαρξη ρήτρας αποκλειστικότητας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία			
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ ΜΠΑΡ	Περιστασιακά προμηθεύεται εμπορικά σήματα και άλλων εταιριών πλην της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Όπως αναφέρει η νόμιμη εκπρόσωπος της επιχείρησης [*«[υ]πήρχε σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας στις αρχές της δεκαετίας του 1990».*
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΚΑΦΕΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ	Η διαχειρίστρια της επιχείρησης δήλωσε: *«[π]ρομηθευτής μας είναι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία. Πριν από 3 χρόνια περίπου συνήψαμε -μάλλον γραπτή- συμφωνία με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία περί αποκλειστικής προμήθειας των προϊόντων της. Το draft είναι αποκλειστικά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. [...] Το εν λόγω κατάστημα είναι ανοιχτό 8-9 χρόνια. Η Heineken είναι η πρώτη σε κατανάλωση μπύρα»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Ο υπεύθυνος του καταστήματος και μέτοχος της επιχείρησης αναφέρει: [ ]. Επιπλέον, διευκρινίζει ότι [ ].
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Ο ιδιοκτήτης του καταστήματος δήλωσε ότι, [ ]. Σύμφωνα με διευκρίνιση του επιχειρηματία [ ].
Διάθεση προϊόντων ζύθου της καθής αποκλειστικά (100%) ή σε ποσοστό ανώτερο του 95%			
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Ο υπεύθυνος του καταστήματος δήλωσε ότι το κατάστημα προμηθεύεται *«μόνο σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας ([ ])»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ ΟΥΖΕΡΙ	Ο διευθυντής της επιχείρησης δήλωσε ότι το κατάστημα προμηθεύεται *«[μ]όνο σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»*.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	Ο υπεύθυνος του καταστήματος δήλωσε ότι η επιχείρηση προμηθεύεται *«εμπορικά σήματα μόνο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	Ο διαχειριστής του καταστήματος δήλωσε: *«[η] εταιρία προμηθεύεται τα εμπορικά σήματα [ ] όλα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας»* .
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΨΗΤΟΠΩΛΕΙΟ - ΠΙΤΣΑΡΙΑ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα έτη 2005 - 2008. Η επιχείρηση ξεκίνησε να λειτουργεί το 2005.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα έτη 2004 - 2008.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα έτη 2004 - 2008.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία [ ].
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ - ΚΥΛΙΚΕΙΩΝ - ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΩΝ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα έτη 2006 - 2008 στα οποία παρουσιάζει διαθέσιμα στοιχεία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 14 (2/4)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΕΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
Διάθεση προϊόντων ζύθου της καθής αποκλειστικά (100%) ή σε ποσοστό ανώτερο του 95%			
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΨΑΡΟΤΑΒΕΡΝΑ - ΟΥΖΕΡΙ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε αποκλειστικά (σε ποσοστό [95-100]%) προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας κατά τα έτη 2006 - 2008 στα οποία παρουσιάζει διαθέσιμα στοιχεία.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΥΡΑΡΙΑ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ποσοστό ύψους [95-100]% το 2008, [95-100]% το 2007 και [95-100]% το 2006 στα οποία παρουσιάζει διαθέσιμα στοιχεία.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΦΕΤΕΡΙΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΙΔΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η αξία αγορών της εταιρίας σε προϊόντα ζύθου αφορά σε εμπορικά σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ποσοστό [95-100]% κατά τα έτη 2005 και 2006 (οι αντίστοιχες αξίες του 2005 έχουν ενσωματωθεί στο 2006). Το αντίστοιχο ποσοστό για το έτος 2007 είναι ύψους [75-85]%, ενώ το 2008 [65-75]%. Η εταιρία ιδρύθηκε το 2005.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΕΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιία σε ποσοστό ύψους [95-100]% το 2008 και [85-95]% το 2007. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τα προηγούμενα έτη 2006 και 2005 είναι ίσα με [5-15]% και [55-65]%.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ-ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΑ-ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΑ-ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιία σε ποσοστό ύψους [95-100]% το 2004 και [95-100]% το 2005. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τα προηγούμενα έτη 2006, 2007 και 2008 είναι ίσα με [5-15]%, [85-95]% και [85-95]%.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ - SNACK BAR	Όπως διευκρινίζει ο εκπρόσωπος του καταστήματος *«[α]πό το Σεπτέμβριο του 2009 άρχισα να προμηθεύομαι και πάλι μόνο προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, αλλά αυτή τη φορά τις μάρκες Fischer και Foster's για χύμα. Σε μπουκάλι προμηθεύομαι τώρα McFarland, Amstel και Heineken δεν πουλάω καθόλου. [...] Η Fischer καταναλώνεται σε ποσοστό [65-75]% σε σχέση με την Foster's, από το Σεπτέμβριο του '09 έως σήμερα»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Ο εμπορικός διευθυντής της επιχείρησης επισήμανε [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Κατά το διάστημα των ετών 2004 - 2010 το κατάστημα διαθέτει [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	Ο εκπρόσωποι της επιχείρησης δήλωσαν ότι, από την έναρξη λειτουργίας του καταστήματος, δηλαδή το 2005, η επιχείρηση προμηθεύεται μόνο μπίρες της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Ο εκπρόσωπος του καταστήματος δήλωσε: [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΓΕΥΣΕΩΝ	Ο κατάλογος του καταστήματος περιλαμβάνει τα εμπορικά σήματα [ ]
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2001 - 2012)	ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ	Η αναλογία αγορών (σε όρους όγκου) προϊόντων ζύθου της εταιρίας κατά το 2012 αφορά σε ποσοστό [95-100]% προϊόντα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Το αντίστοιχο ποσοστό για το 2011 είναι ύψους [75-85]%. Το 2010 η επιχείρηση δεν προμηθεύτηκε σήματα ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, ενώ για τα έτη 2007 - 2009 δεν παρασχέθηκαν πλήρη και σαφή στοιχεία για τον υπολογισμό της συγκεκριμένης αναλογίας. Από τα διαθέσιμα στοιχεία ωστόσο δεν υπάρχουν ενδείξεις για αποκλειστική διάθεση των σημάτων της καθής. Το 2007 η αναλογία όγκου αγορών σε προϊόντα της υπήρξε τουλάχιστον [55-65]%. Η εταιρία πραγματοποιεί αγορές προϊόντων ζύθου από το 2007.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία [ ]
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Η εταιρία προμηθεύτηκε [ ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 14 (3/4)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΕΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
Διάθεση προϊόντων ζύθου της καθής αποκλειστικά (100%) ή σε ποσοστό ανώτερο του 95%			
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ - ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Η εταιρία προμηθεύτηκε [ ]
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΚΑΦΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε [ ]
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ - ΣΝΑΚ ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία [ ].
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε [ ]
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΚΑΦΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ - ΖΑΧΑΡΟΠΛΑΣΤΕΙΟ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η αξία αγορών σε προϊόντα ζύθου αφορά [ ]
Διάθεση προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας σε ποσοστό ανώτερο του 80%			
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η αξία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο ποσοστό ίσο με [85-95]% επί της συνολικής αξίας αγορών προϊόντων ζύθου στην περίοδο ετών 2006 - 2008. Η ποσοστιία αναλογία σημάτων της καθής είναι ίση με [75-85]% το 2008, [85-95]% το 2007 και [85-95]% το 2006. Η επιχείρηση ξεκίνησε να λειτουργεί το 2006.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΣΝΑΚ ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η αξία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο ποσοστό ίσο με [85-95]% επί της συνολικής αξίας αγορών προϊόντων ζύθου στην περίοδο ετών 2004 - 2008 στα οποία παρουσιάζει συνεργασία με την εταιρία.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΦΥΣΙΚΩΝ ΤΡΟΦΩΝ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η ποσοστιία αναλογία αγορών [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Ο υπεύθυνος του καταστήματος δήλωσε: [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΚΑΦΕ	Το κατάστημα διακινεί τα εμπορικά σήματα [ ] Η ιδιοκτήτρια της επιχείρησης δήλωσε ότι [ ].
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ - ΜΠΑΡ	Ο συνιδιοκτήτης του καταστήματος δήλωσε ότι [ ]
Λοιπές περιπτώσεις			
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ - ΣΝΑΚ ΜΠΑΡ - ΚΑΦΕΤΕΡΙΕΣ	Όπως ανέφερε ο γενικός διευθυντής της εταιρίας, η τελευταία προμηθεύεται *«εμπορικά σήματα μπύρας και άλλων εταιρειών εκτός από αυτά της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Τα εμπορικά σήματα που εμπορεύεται η εταιρεία είναι:Bud, Heineken, Amstel, Stella Artois, Warsteiner, Fisher, McFarland, Sol, Carib, Murphy's Red, Guinness και Corona»* .
⌈ ⌉	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΦΕΤΕΡΙΩΝ ΜΠΑΡ	Ο διευθυντής της εταιρίας δήλωσε ότι η εταιρία «*[π]ρομηθεύεται εμπορικά σήματα και άλλων εταιρειών*» πλην της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Ειδικότερα, προμηθεύεται το σήμα *"MYTHOS"* της Μύθος Ζυθοποιίας.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΚΑΦΕ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ	Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της εταιρίας που ερωτήθηκε σχετικά, προμηθεύεται τα προϊόντα ζύθου «*Heineken βαρέλι, Sol, McFarland, Warsteiner*».

ΠΙΝΑΚΑΣ 14 (4/4)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	ΕΤΟΣ ΕΛΕΓΧΟΥ	ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΝΑΛΟΓΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ
Λοιπές περιπτώσεις			
[ ]	ΕΝΟΡΚΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	Σύμφωνα με τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης, ο οποίος [ ], διευκρινίζει: *«[σ]τα καταστήματά μου έχω Amstel, Heineken, Carib, Mc Farland, Miller, Bud και Stella Artois»* . Ο επιχειρηματίας διευκρινίζει ότι *«[π]οτέ δε μου ζητήθηκε να διαθέτω αποκλειστικά προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας στα καταστήματά μου»*. Εξαίρεση αποτελεί η αποκλειστική διάθεση των προϊόντων της στο πλαίσιο του φεστιβάλ [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2006	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΑΝΑΨΥΚΤΗΡΙΟ	Κατά δήλωση του εταίρου της επιχείρησης, η τελευταία δήλωσε ως προμηθευόμενα εμπορικά σήματα τα ακόλουθα: *«ΜΥΘΟΣ ΠΟΤΗΡΙ - ΜΠΟΥΚΑΛΙ ΚΑΙΖΕΡ SOL FOSTERS GUINESS BUD»* . Σχετικά δε με τη σχέση της εταιρίας με την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σημείωσε ότι από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία προμηθευόταν πριν δύο χρόνια.
[ ]	ΕΝΟΡΚΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗ ΚΑΤΑ ΤΟ 2007	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ (BEACH BAR)	Σύμφωνα με τον εκπρόσωπο της εταιρίας, κατά το 2007 οπόταν ελήφθη και η κατάθεση, η εταιρία διακινούσε τα σήματα *«Amstel, Heineken και Μύθο»* . Επίσης κατά δήλωση του εκπροσώπου: *«[τ]ην περίοδο 2004-2006 είχα στο κατάστημά μου και τη μπύρα "Craft", την οποία το 2007 αντικατέστησα με τη μπύρα "Βεργίνα"»* .
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΟΒΕΛΙΣΤΗΡΙΟ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύεται προϊόντα ζύθου όχι μόνο της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αλλά και λοιπών εταιριών. Ειδικότερα η ποσοστιία αναλογία σημάτων της καθής είναι ίση με [55-65]% το 2004, [55-65]% το 2005, [55-65]% το 2006, [55-65]% το 2007 και [55-65]% το 2008.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2009 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2004 - 2008)	ΧΩΡΟΙ ΕΣΤΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΨΥΧΗΣ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η αξία αγορών προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο ποσοστό ίσο με [75-85]% επί της συνολικής αξίας αγορών προϊόντων ζύθου στην περίοδο ετών 2005 - 2008 που παρουσιάζει διαθέσιμα στοιχεία.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	Ο υπεύθυνος του καταστήματος δήλωσε ότι τα τελευταία 4 χρόνια έως το έτος του ελέγχου προμηθεύεται τα εμπορικά σήματα Amstel, Heineken και McFarland της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τα σήματα Bud και Corona λοιπών εταιριών και επισήμανε: *«[π]ρομηθευόμαστε μικρές ποσότητες σε ίση αναλογία, δεδομένου ότι το κατάστημα δεν λειτουργεί το καλοκαίρι, κλείνει δηλ. το Μάϊο»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	SNACK BAR	Το κατάστημα διαθέτει [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕ - ΜΠΑΡ	Σύμφωνα με την εκτίμηση του συνιδιοκτήτη και υπεύθυνου του καταστήματος, *«τα προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας καλύπτουν περίπου το [55-65]% της κατανάλωσης σε μπύρα του μαγαζιού. Το κατάστημα λειτουργεί με την τρέχουσα επωνυμία από τον Ιανουάριο του 2009 και προμηθεύεται τα ανωτέρω σήματα από την αρχή της λειτουργίας του»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Το κατάστημα [ ]. Ο συνιδιοκτήτης μάλιστα του καταστήματος αναφέρει: [ ] Από το [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΜΕΖΕΔΟΠΩΛΕΙΟ	Ο ιδιοκτήτης και υπεύθυνος του καταστήματος δήλωσε ότι προμηθεύεται τα εμπορικά σήματα Heineken, Amstel και Fischer της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τα σήματα Kaiser, Mythos και Budweiser λοιπών εταιριών και επισήμανε: *«[π]ρομηθεύομαι περίπου κατά [65-75]% σήματα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας, μετά ακολουθεί η Kaiser και ο Mythos. Το ίδιο ίσχυε καθ' όλη την περίοδο των ετών 2004 - 2010»* .
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Οι εκπρόσωποι της επιχείρησης δήλωσαν: [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΨΗΣΤΑΡΙΑ	Η υπεύθυνη του καταστήματος δήλωσε ότι [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΤΣΙΠΟΥΡΑΔΙΚΟ	Το κατάστημα λειτουργεί από [ ]. Στην αρχή της λειτουργίας του είχε [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΨΗΤΟΠΩΛΕΙΟ - ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ	Το κατάστημα [ ]
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ	Η διενέργεια του ελέγχου δεν κατέστη εφικτή. Διαπιστώθηκε κατά την επίσκεψη των στελεχών της Ε.Α. ότι το κατάστημα διακινεί τα εμπορικά σήματα Erdinger και Buckler της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας και τα σήματα Kaiser, Μύθος, Guinness της Μύθος Ζυθοποιίας καθώς και τη μπίρα Corona.
[ ]	ΕΠΙΤΟΠΙΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΚΑΤΑ ΤΟ 2010	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ (ΚΑΦΕΤΕΡΙΑ - ΜΠΑΡ ΕΝΤΟΣ ΤΟΥ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ)	Η διενέργεια του ελέγχου δεν κατέστη εφικτή. Διαπιστώθηκε κατά την επίσκεψη των στελεχών της Ε.Α. ότι η καφερτέρια - μπαρ που λειτουργεί εντός του ξενοδοχείου διακινεί τα εμπορικά σήματα Heineken και Kaiser σε [ ] αναλογία.
[ ]	ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΥΠΟΒΛΗΘΕΝ ΚΑΤΑ ΤΟ 2013 (ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΑ ΕΤΗ 2007 - 2012 και το α' εξάμηνο του 2013)	ΚΑΦΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ - ΜΠΑΡ	Σε σχέση με την εν λόγω περίοδο, η εταιρία προμηθεύτηκε [ ]

***Σημείωση:** Για τα έτη για τα οποία δεν περιλαμβάνονται σχετικοί ποσοστιαίοι υπολογισμοί δεν έχουν συλλεχθεί αντίστοιχα στοιχεία.*

ΠΙΝΑΚΑΣ 15

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 17

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 18

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 19

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 20

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

	ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΞΙΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΑΓΟΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΖΥΘΟΥ				
ΕΤΟΣ / ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	2004	2005	2006	2007	2008
[ ]	85%-95%	85%-95%	85%-95%	75%-85%	65%-75%
[ ]	65%-75%	65%-75%	65%-75%	65%-75%	65%-75%
[ ]	45%-55%	65%-75%	55%-65%	45%-55%	65%-75%
[ ]	85%-95%	85%-95%	75%-85%	75%-85%	65%-75%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	85%-95%	65%-75%	55%-65%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	85%-95%	85%-95%	85%-95%	85%-95%
[ ]	85%-95%	65%-75%	65%-75%	85%-95%	85%-95%
[ ]	85%-95%	85%-95%	85%-95%	85%-95%	85%-95%
[ ]	85%-95%	85%-95%	85%-95%	85%-95%	75%-85%
[ ]	85%-95%	75%-85%	75%-85%	85%-95%	85%-95%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]			95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	75%-85%	75%-85%	75%-85%	75%-85%	75%-85%
[ ]	95%-100%	95%-100%	85%-95%	85%-95%	85%-95%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	85%-95%	85%-95%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	95%-100%	85%-95%	85%-95%	85%-95%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	ΔΕΝ ΥΠΟΒΛΗΘΗΚΑΝ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	75%-85%	75%-85%	75%-85%	75%-85%
[ ]	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%	95%-100%
[ ]	95%-100%	85%-95%	85%-95%	85%-95%	85%-95%

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΑΦΟΡΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ [ ]

Σε σχέση με την επιχείρηση [ ], σε επιστολή του Απριλίου 2007[1] που έστειλε η ίδια η χονδρεμπορική εταιρία προς την Ε.Α. σχεδόν εννέα μήνες μετά την κατάθεση της 03.08.2006 του [ ] αναφέρεται ότι τον Οκτώβριο του 2006 η εκ μέρους της καθυστέρηση πληρωμής στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία τιμολογηθέντος ποσού κατά πέντε ημέρες είχε ως αποτέλεσμα η εταιρία ζύθου να μην εξυπηρετήσει παραγγελία σε βαρελίσια μπίρα της επιχείρησης. Το Νοέμβριο του 2006 η χονδρεμπορική επιχείρηση ξεκίνησε συνεργασία με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας – Θράκης για την προμήθεια βαρελίσιας μπίρας. Σύμφωνα με την εν λόγω χονδρεμπορική επιχείρηση, αυτό υπήρξε λόγος για περαιτέρω πιέσεις εκ μέρους της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας. Στην επιστολή επισημαίνεται: *«[κ]αι τότε* [ΣτΣ: ενν. όταν ξεκίνησε συνεργασία με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας – Θράκης] *άρχισαν τα* ***μεγάλα προβλήματα***[2]. *Οι καθυστερήσεις στην παράδοση εμπορευμάτων έγιναν καθεστώς, τα άτομα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας επισκέπτονταν τα καταστήματα – πελάτες μας και προσπαθούσαν να δημιουργήσουν προβλήματα στις σχέσεις μας με τους πελάτες μας και τους προέτρεπαν να αλλάξουν προμηθευτή. Λόγω αυτών των προβλημάτων και για λόγους που οφείλονται στη γενική έλλειψη ρευστότητας της αγοράς μας καθυστερήσαμε την αποπληρωμή των υποχρεώσεών μας προς την Αθηναϊκή Ζυθοποιία με αποτέλεσμα το χρέος της εταιρίας μας στις 31/12/2006 να διαμορφωθεί στις €[ ]».*

Η αρνητική απάντηση στο αίτημα που υπέβαλε η συγκεκριμένη χονδρεμπορική εταιρία στην Αθηναϊκή Ζυθοποιία για διακανονισμό του χρέους που είχε συσσωρευτεί, οδήγησε, όπως αναφέρει, στη διακοπή της απευθείας προμήθειας από την εταιρία ζύθου από τον Ιανουάριο του 2007. Με βάση στοιχεία που υπέβαλε η εν λόγω χονδρεμπορική επιχείρηση[3], προκύπτει ωστόσο ότι κατά το έτος 2006 όντως προμηθεύτηκε απευθείας από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία το [[95-100]%] σε σήματα της συγκεκριμένης εταιρίας, το 2007 κάλυψε αναλογία ίση με [45-55]% των αντίστοιχων αναγκών της διά της άμεσης συνεργασίας αγοράζοντας το υπόλοιπο [45-55]% κατά ίση αναλογία από την χονδρεμπορική επιχείρηση [ ] και από την εταιρία super-market [ ], ενώ το 2008, σχεδόν το [95-100]% των αγορών της πραγματοποιήθηκε και πάλι απευθείας από την εν λόγω εταιρία ζύθου, ενώ το υπόλοιπο μέσω της [ ]. Σε σχέση μάλιστα με την προμήθεια των προϊόντων ζύθου της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας από την ανωτέρω αναφερθείσα εταιρία super-market, ο [ ] αναφέρει ότι η εν λόγω εταιρία, δεχόμενη πιέσεις από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία, σταμάτησε αρχικά την ευνοϊκότερη έκπτωση που πρόσφατα είχε ξεκινήσει να χορηγεί, ενώ τελικά σταμάτησε και την προμήθεια των προϊόντων στην εταιρία. Συγκεκριμένα, ο χονδρέμπορος αναφέρει: *«[π]ριν από δεκαπέντε μέρες μας ενημέρωσαν από την [ ] ότι πιέστηκαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία και δεν μπορούνε να μας παρέχουν τη συμφωνημένη έκπτωση του [ ] και θα επανέλθουμε στην παλαιά του [ ]. Αυτό όμως έως και σήμερα. Σήμερα 13/4/2007 […] με πήρε τηλέφωνο ο υπεύθυνος χονδρεμπορίου της [ ], κ.*

---

[1] Υπ’ αριθ. πρωτ. 2122/17.04.07 επιστολή με συντάκτη τον [ ]. Η επιστολή υπογράφεται και από το [ ].

[2] Έμφαση του συντάκτη της επιστολής.

[3] Βλ. σχετ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 3687/07.05.09 υποβολή στοιχείων από την [ ].

[ ] και μου ανακοίνωσε ότι δεν μπορεί πλέον να μας προμηθεύει προϊόντα της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας γιατί τους απαγόρευσαν από την Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. και ότι δεν μπορούν να κάνουν αλλιώς. Σε ερώτησή μου, "αν έρχομαι εγώ με το φορτηγό μου και παίρνω ό,τι έχει μέσα στο κατάστημα, θα μου το αρνηθείτε;" η απάντηση ήταν "σε παρακαλώ θα μου αφήσεις το μαγαζί χωρίς εμπόρευμα"».

Ένα μήνα αργότερα, το Μάιο του 2007, η ίδια χονδρεμπορική επιχείρηση, επανερχόμενη στο συγκεκριμένο ζήτημα, σε επιστολή[4] της προς την Ε.Α., επισημαίνει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία διεκδικούσε την τακτοποίηση της οφειλής της εταιρίας με διαταγή πληρωμής ποσού αρκετά μεγαλύτερου από το ύψος του εκτιμώμενου από την επιχείρηση χρέους. Η εταιρία ισχυρίζεται ότι η στάση της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας οφείλεται στην απόφασή της να συνεργαστεί ξανά με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης. Συγκεκριμένα, στην επιστολή τονίζεται: *«[ό]πως αντιλαμβάνεσθε, υπάρχει ένας "πόλεμος" από πλευράς της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας Α.Ε. με σκοπό να καταστρέψει την εταιρία μας, για το λόγο ότι εδώ και έξι μήνες ξεκινήσαμε συνεργασία και με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης Α.Ε.»*[5].

Η Αθηναϊκή Ζυθοποιία σε επιστολή που έχει στείλει στην Ε.Α.[6] και η οποία περιλαμβάνεται στο Παράρτημα 2 υπό τον τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06», αναφέρεται αναλυτικά στη συνεργασία της με [ ] χονδρεμπορική επιχείρηση και αναπτύσσει τη δική της θέση σε σχέση με το ανωτέρω ζήτημα: […].

---

[4] Υπ' αριθ. πρωτ. 2672/14.05.07 επιστολή με συντάκτη το [ ].

[5] Σε μεταγενέστερη υποβολή στοιχείων (βλ. σχετ. την 3687/07.05.09 υποβολή στοιχείων της εταιρίας [ ]) η εταιρία παραπονείται και πάλι για «αντίποινα» της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας λόγω διακίνησης της μπίρας «Βεργίνα». Πιο συγκεκριμένα, αναφερόμενη στην ανωτέρω τακτοποίηση της οφειλής επισημαίνει: *«σας* [ΣτΣ: ενν. την Ε.Α.] *είχαμε ενημερώσει ότι η Αθηναϊκή Ζυθοποιία μας έβγαλε διαταγή πληρωμής για χρέος €[ ]. Τότε τους είχαμε ζητήσει να πάρουν πίσω τα ληγμένα προϊόντα που είχαμε στην αποθήκη μας, συνολικής αξίας €[ ], να καταβάλουμε την όποια διαφορά έμενε ως υπόλοιπο και να τελειώσει η υπόθεση εκεί. Αρνήθηκαν και με το φόβο της κατάσχεσης των ακινήτων της εταιρίας μας, (έχουν προσημείωση €[ ]) αποπληρώσαμε το σύνολο του χρέους. Ζητήσαμε επανειλημμένως να πάρουν πίσω τα ληγμένα προϊόντα, κάτι που κάνανε σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας μας και έως το φθινόπωρο του 2006 (όταν πήραμε να πουλάμε και "Βεργίνα"). Όχι μόνο δεν τα πήραν πίσω, αλλά από το 2007 και έως σήμερα πληρώνουμε τοις μετρητοίς τα προϊόντα της Αθηναϊκής και χωρίς να χρωστάμε ούτε ένα Ευρώ».*

[6] Βλ. σχετ. την (εδώ συνημμένη) από 13.11.2006 με αριθ. πρωτ. 7236/14.11.06 επιστολή της Αθηναϊκής Ζυθοποιίας [ ].

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 - (1/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 2 - (2/2)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΪΚΗΣ ΖΥΘΟΠΟΙΙΑΣ ΤΗΣ 13.11.06

Αιγάλεω, 13 Νοεμβρίου 2006

Προς
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
Α΄ Διεύθυνση Εφαρμογής
Α΄ Τμήμα

Κύριοι,

[…]

Με τιμή,
[,]
[ ]

Συνημμένο : (1)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

<u>ΠΙΝΑΚΑΣ 4 (1/3)</u>

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 (2/3)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 4 (3/3)

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΕΚ ΜΕΡΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ [ ]

Ο [ ], συνιδιοκτήτης και Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της χονδρεμπορικής εταιρίας [ ], με βασικό αντικείμενο την εμπορία ποτών στην περιοχή [ ], απέστειλε αυτοβούλως την από 26.10.2006 επιστολή (με αριθ. πρωτ. 6888/01.11.2006) στην Επιτροπή Ανταγωνισμού. Σε αυτήν αναφέρεται:

«Αφορμή της σύνταξης της επιστολής μου είναι ο θόρυβος των τελευταίων εβδομάδων για την αγορά της μπίρας και θα ήθελα μετά παρρησίας να καταθέσω τη γνώση μου στη συγκεκριμένη αγορά. Οι εταιρίες που συνεργάζομαι στο χώρο της μπίρας είναι οι: ***1 Αθηναϊκή Ζυθοποιία Α.Ε. 2 Μύθος Α.Ε. 3 Karlsberg*** *(σαν αποκλειστικός διακινητής στην περιοχή [ ])* ***4 Bud 5 Corona****. Φυσικά με χαρά μου ενέτασα στο portfolio των μαρκών που διακινώ και τη μπίρα* ***Vergina****, εφόσον όλα αυτά τα χρόνια με είχε επισκεφθεί, έστω και μία φορά ένας πωλητής τους, και βεβαίως να μου πρόσφερε ανταγωνιστική τιμή ως προς τις μεγάλες αλυσίδες S/M, όπου το προϊόν αυτό είναι σε μόνιμη προσφορά με 1+1 δώρο. Όσον αφορά στην* ***Αθηναϊκή Ζυθοποιία*** *κατηγορηματικώς σας δηλώνω ότι οι άνθρωποι του υποκαταστήματος [ ], με το οποίο συνεργάζομαι τα τελευταία 18 χρόνια, ουδέποτε μας ενόχλησαν σε θέματα προϊόντων ανταγωνισμού τους. Αντιθέτως, είναι δίπλα μας κατά τρόπον απόλυτα επαγγελματικό και συγχρόνως ανθρώπινο. Είμαι επίσης σε θέση να σας διαβεβαιώσω ότι όλα αυτά τα χρόνια σε διάφορες συζητήσεις με συναδέλφους μου από όλη [ ], η εικόνα για τη συγκεκριμένη εταιρία είναι ταυτόσημη. Δεν σας κρύβω ότι το αρμονικό πάντρεμα από την* ***Αθηναϊκή Ζυθοποιία*** *των στοιχείων:* ***προϊόντα-άνθρωποι-στρατηγική****, αποτελούν παράδειγμα προς μίμηση για την εταιρία μας […]».*

Τα πεδία της επιστολής με έντονη γραφή αποδίδονται από το συντάκτη της επιστολής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

ΠΙΝΑΚΑΣ 7

[ΑΠΟΡΡΗΤΟ]

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος
ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΥΡΙΤΣΑΚΗΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΦΥΛΛΩΝ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

Σε έντυπη μορφή:

- Για τα Φ.Ε.Κ. από 1 έως 16 σελίδες σε 1 € προσαυξανόμενη κατά 0,20 € για κάθε επιπλέον οκτασέλιδο ή μέρος αυτού.
- Για τα φωτοαντίγραφα Φ.Ε.Κ. σε 0,15 € ανά σελίδα.

Σε μορφή DVD/CD:

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α΄	150 €	40 €	15 €
Β΄	300 €	80 €	30 €
Γ΄	50 €	-	-
Υ.Ο.Δ.Δ.	50 €	-	-
Δ΄	110 €	30 €	-

Τεύχος	Ετήσια έκδοση	Τριμηνιαία έκδοση	Μηνιαία έκδοση
Α.Α.Π.	110 €	30 €	-
Ε.Β.Ι.	100 €	-	-
Α.Ε.Δ.	5 €	-	-
Δ.Δ.Σ.	200 €	-	20 €
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	-	-	100 €

- Η τιμή πώλησης μεμονωμένων Φ.Ε.Κ. σε μορφή cd-rom από εκείνα που διατίθενται σε ψηφιακή μορφή και μέχρι 100 σελίδες, σε 5 € προσαυξανόμενη κατά 1 € ανά 50 σελίδες.

ΕΤΗΣΙΕΣ ΣΥΝΔΡΟΜΕΣ Φ.Ε.Κ.

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α΄	225 €
Β΄	320 €
Γ΄	65 €
Υ.Ο.Δ.Δ.	65 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Δ΄	160 €
Α.Α.Π.	160 €
Ε.Β.Ι.	65 €
Α.Ε.Δ.	10 €

Τεύχος	Έντυπη μορφή
Α.Ε.-Ε.Π.Ε.	2.250 €
Δ.Δ.Σ.	225 €
Α.Σ.Ε.Π.	70 €
Ο.Π.Κ.	-

- Το τεύχος Α.Σ.Ε.Π. (έντυπη μορφή) θα αποστέλλεται σε συνδρομητές ταχυδρομικά, με την επιβάρυνση των 70 €, ποσό το οποίο αφορά τα ταχυδρομικά έξοδα.

- Η καταβολή γίνεται σε όλες τις Δημόσιες Οικονομικές Υπηρεσίες (Δ.Ο.Υ.). Το πρωτότυπο διπλότυπο (έγγραφο αριθμ. πρωτ. 9067/28.2.2005 2η Υπηρεσία Επιτρόπου Ελεγκτικού Συνεδρίου) με φροντίδα των ενδιαφερομένων, πρέπει να αποστέλλεται ή να κατατίθεται στο Εθνικό Τυπογραφείο (Καποδιστρίου 34, Τ.Κ. 104 32 Αθήνα).
- Σημειώνεται ότι φωτοαντίγραφα διπλοτύπων, ταχυδρομικές Επιταγές για την εξόφληση της συνδρομής, δεν γίνονται δεκτά και θα επιστρέφονται.
- Οι οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης, τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου, τα μέλη της Ένωσης Ιδιοκτητών Ημερησίου Τύπου Αθηνών και Επαρχίας, οι τηλεοπτικοί και ραδιοφωνικοί σταθμοί, η Ε.Σ.Η.Ε.Α, τα τριτοβάθμια συνδικαλιστικά όργανα και οι τριτοβάθμιες επαγγελματικές ενώσεις δικαιούνται έκπτωσης πενήντα τοις εκατό (50%) επί της ετήσιας συνδρομής.
- Το ποσό υπέρ ΤΑ.Π.Ε.Τ. (5% επί του ποσού συνδρομής), καταβάλλεται ολόκληρο (Κ.Α.Ε. 3512) και υπολογίζεται πριν την έκπτωση.
- Στην Ταχυδρομική συνδρομή του τεύχους Α.Σ.Ε.Π. δεν γίνεται έκπτωση.

Πληροφορίες για δημοσιεύματα που καταχωρίζονται στα Φ.Ε.Κ. στο τηλ.: 210 5279000.
Φωτοαντίγραφα παλαιών Φ.Ε.Κ.: τηλ.: 210 8220885.

Τα φύλλα όλων των τευχών της Εφημερίδας της Κυβερνήσεως διατίθενται δωρεάν σε ηλεκτρονική μορφή από την ιστοσελίδα του Εθνικού Τυπογραφείου (www.et.gr)

Ηλεκτρονική Διεύθυνση: http://www.et.gr - e-mail: webmaster.et@et.gr

ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΟΛΙΤΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΟΥΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ ΑΠΟ 08:00 ΜΕΧΡΙ 13:30



ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΟΥ 34 * ΑΘΗΝΑ 104 32 * ΤΗΛ. 210 52 79 000 * FAX 210 52 21 004